

SUELEM MARINA DE ARAÚJO PONTES

**DIAGNÓSTICO DA PRODUÇÃO DE MÓVEIS DE MADEIRA TROPICAL NA
AMAZÔNIA LEGAL: ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS MOVELEIRAS DO
MUNICÍPIO DE RIO BRANCO - AC**

CURITIBA

2011



SUELEM MARINA DE ARAÚJO PONTES

**DIAGNÓSTICO DA PRODUÇÃO DE MÓVEIS DE MADEIRA TROPICAL NA
AMAZÔNIA LEGAL: ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS MOVELEIRAS DO
MUNICÍPIO DE RIO BRANCO - AC**

Trabalho apresentado para obtenção do título de especialista em Gestão da Indústria Madeireira no curso de Pós Graduação em Gestão da Indústria Madeireira do Dep. De Economia Rural e Extensão, Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Drº Zenobio Abel Gouvêa
Perelli da Gama e Silva

CURITIBA

2011

Dedico aos meus pais pelo
apoio incondicional e ao meu
marido pela ajuda e
companheirismo.

Dedico

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que me cerca com a sua infinita bondade e que sempre me abençoa;

Agradeço ao meu orientador, o Professor Dr. Zenobio Abel Gouvêa Perelli da Gama e Silva, pela dedicação, paciência e atenção que me foi prestada;

Aos representantes das empresas moveleiras de Rio Branco, pela atenção e disponibilização das informações que tornaram este trabalho possível, em especial ao presidente do Sindicato dos Moveleiros de Rio Branco, George Dobré;

À minha família, pelo apoio na realização de todos os meus trabalhos;

Agradeço à Bolsista PIBIC Claudiane Beatriz Gurgel do Amaral Canto Sales, que me ajudou na coleta dos dados;

Ao meu marido Bardavil Feitosa de Farias, que me ajudou em todos os momentos da elaboração deste trabalho;

Agradeço em especial aos meus amigos Raco Tanomaru Jr e Jamile Bastos Xavier, pela amizade apoio e incentivo;

Agradeço à Fundação de Tecnologia do Estado do Acre, pelo apoio na participação na Pós de Gestão da Indústria Madeireira, e em especial pelo apoio do colega Dixon Gomes Afonso no decorrer do curso;

As demais pessoas que sempre contribuíram, de forma direta ou indireta, para a realização deste trabalho, muito obrigada.

A harmonia entre a tecnologia e o meio ambiente é fruto de uma ciência bem aplicada.

R.C.S

FIGURAS

FIGURA 1	18
FIGURA 2	22
FIGURA 3	34
FIGURA 4	42
FIGURA 5	42
FIGURA 6	44

TABELAS

TABELA 1	31
TABELA 2	32
TABELA 3	32
TABELA 4	33
TABELA 5	35
TABELA 6	35
TABELA 7	36
TABELA 8	36
TABELA 9	37
TABELA 10	38
TABELA 11	39
TABELA 12	39
TABELA 13	40
TABELA 14	40
TABELA 15	40
TABELA 16	41
TABELA 17	43
TABELA 18	44
TABELA 19	45
TABELA 20	45
TABELA 21	46
TABELA 22	47
TABELA 23	48
TABELA 24	48
TABELA 25	49
TABELA 26	50

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	10
2 – OBJETIVOS	12
2.1 - OBJETIVO GERAL	12
2.2- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3 – REVISÃO DE LITERATURA	13
3.1 - RECURSOS FLORESTAIS E SUA IMPORTÂNCIA	13
3.2 - SETOR FLORESTAL BRASILEIRO	14
3.3 - APROVEITAMENTO DOS RECURSOS FLORESTAIS BRASILEIROS	15
3.4 - CARACTERÍSTICAS DA INDÚSTRIA MOVELEIRA	16
3.5 - MERCADO DE PRODUTOS MOVELEIROS	16
3.6 - ANÁLISE ESTRUTURAL DO MERCADO	17
a) Grau de concentração	18
b) Grau de diferenciação dos produtos	19
3.7 - CONDUTA DE MERCADO	20
a) Política de preços	21
b) Política de produto	21
c) Política coerciva	21
4 - MATERIAL E MÉTODOS	21
4.1 - CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	21
4.1.1 - Informações gerais	21
4.2 - DADOS PRIMÁRIOS	22
4.2.1 - Identificação da população-alvo	22
4.2.2 - Metodologia de coleta de dados	23
4.2.3 - Formulação dos instrumentos de coletas de dados	23
4.2.4 - Método de amostragem	24
4.2.5 - Intensidade amostral	24
4.2.6 - Dados secundários	25
4.3 - METODOLOGIA DE ANÁLISE	25
4.3.1 - Análise do Setor moveleiro de Rio Branco	25
4.3.1.1 - Caracterização técnica-econômica	25
4.3.2 - Análise da comercialização segundo a abordagem da estrutura de mercado	27
4.3.2.1 - Estrutura do mercado	27
a) Grau de concentração	28
b) Grau de diferenciação dos produtos	29
5.3.2.2 - Conduta	29
5 - RESULTADOS E DISCUSSÃO	31
5.1 - CARACTERIZAÇÃO TÉCNICA-ECONÔMICA	31
5.1.2 - Origem da matéria-prima	31
5.1.3 - Dificuldade na obtenção da matéria-prima	31
5.1.4 - Preço de compra da madeira	31
5.1.5 - Principais espécies utilizadas	31
5.2 – ESTRUTURA ADMINISTRATIVA	34
5.2.1 – Atividade	34
5.2.2 – Treinamento	35
5.2.3 - Processo de secagem da madeira	36
5.2.4 - Venda da produção	37
5.2.5 - Equipamentos e maquinário	37
5.3 - CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	37
5.3.1 - Móveis fabricados	37

5.3.2 - Quantidade de móveis produzidos e preço de venda.....	38
5.4 - LIMITES NA ESTOCAGEM DA PRODUÇÃO.....	39
5.4.1 - Limites para produção.....	40
5.4.2 - Mercado consumidor.....	41
5.5 – RESÍDUOS.....	41
5.5.1 - Destinação dos resíduos.....	41
5.6 - FATORES QUE PREOCUPAM O DESEMPENHO EMPRESARIAL.....	43
5.7 - POLÍTICAS DE INVESTIMENTO.....	44
5.8 - ANÁLISE ESTRUTURAL DO MERCADO.....	45
5.8.1 - Grau de Concentração.....	45
5.8.2 - Grau de diferenciação dos produtos.....	46
5.8.4 – Serviços	47
5.8.5 - O sucesso da empresa depende.....	48
5.9 - CONDUTAS DO MERCADO.....	48
5.9.1 - Políticas de formação de preços e propaganda.....	48
a) Política de formação de preço.....	48
b) Prática de propaganda	49
5.9.2. Diferenciação em relação seus concorrentes.....	50
6 – CONCLUSÕES.....	51
7 –REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
APÊNDICE.....	59

RESUMO

Este estudo abordou o mercado de móveis em madeira tropical no Estado do Acre, tendo como objetivo gerar informações técnicas e econômicas sobre o setor e assim subsidiar políticas públicas voltadas a fomentar o uso sustentável dos recursos florestais. Para tal, foram levantadas 19 movelarias atuando em Rio Branco, capital desse Estado, no período 2010-11. De acordo com o método adotado, esse setor foi analisado quando aos aspectos técnicos de produção, como também quanto à estrutura desse mercado e conduta das suas empresas. Os resultados alcançados foram: (a) A matéria-prima utilizada provém da compra direta em serrarias; (b) A espécie mais utilizada é Cumaru-ferro (*Dipteryx odorata*); (c) A maioria dos funcionários trabalha na área da produção e os que trabalham na administração fazem trabalhos paralelos; (d) A venda é realizada direto na marcenaria; (e) Os maquinário foram adquirido no ano de instalação das empresas; (f) As empresas não fazem diferenciação na fabricação de móveis e o móvel mais fabricado são cadeiras escolares; (g) 57,89% das empresas possui limitações na estocagem de dos produtos; (h) As restrições à produção de móveis, são a escassez de mão-de-obra e equipamentos antigos; (i) O setor é altamente concentrado em relação ao consumo de madeira; (j) O produto é o principal ponto onde as empresas se diferenciam entre si, com destaque para a qualidade dessas mercadorias; (l) A maioria definem os preços dos produtos em função do custo de produção mais uma margem de lucro e (m) As empresas pesquisadas praticam a visita aos seus clientes como uma forma de propaganda para seus produtos.

Palavras-chave: Setor industrial moveleiro, estrutura de mercado, Estado do Acre.

ABSTRACT

This study addresses the market for tropical hardwood furniture in the State of Acre, with the objective of generating information on the technical and economic sector and thus to support public policies aimed at promoting the sustainable use of forest resources. In this way, were surveyed 19 furniture firms acting in Rio Branco, capital of this State, in the 2010-11 period. According to the method adopted, this sector was analyzed approaching technical aspects related to industrial production, as well as concerning to the structure of its market and conduct of its firms. The results were: (a) The raw material used comes from the direct purchase of sawmills; (b) The most species commonly used is Cumaru-ferro (*Dipteryx odorata*); (c) The majority of employees work in the area of production and working in administration make parallel jobs; (d) The sale is performed directly in the joinery; (e) The machinery were acquired in the year of installation of companies; (f) the companies do not differentiate in furniture manufacturing and the most manufactured furnitures are school chairs; (g) 57.89% of firms have limitations on storage of products; (h) Restrictions on the production of furniture are the shortage of manpower and old equipments , (i) The sector is highly concentrated in relation to the wood consumption; (j) The product is the main point where firms differentiate themselves and offer quality products; (l) Most of the firms set prices for their products according to the production cost plus a margin profit and (m) The companies use visit to its customers as form to carry out propaganda for their products.

Keywords: Industrial furniture sector, Market structure, State of Acre.

1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história, as florestas tropicais têm sido valorizadas pela variedade de produtos e benefícios que elas oferecem para a humanidade. Salienta-se que tais bens e serviços vão atender à demanda da sociedade quanto aos seguintes bens: alimentos, produtos medicinais, especiarias, resinas, madeiras e outros produtos madeireiros. Porém, na maior parte da era moderna o aproveitamento das florestas tem-se limitado principalmente a oferta de apenas um produto: a madeira.

Para Rotta (2006), as florestas mantêm a qualidade das águas, do solo e do clima, servem de abrigo para a fauna e seres humanos. Além de fornecerem bens madeireiros e não madeireiros à sociedade. Todavia, para que isso ocorra, Juvenal (2002) cita que se devem adotar políticas de desenvolvimento voltadas ao uso sustentável dessas florestas.

De acordo com Ministério de Meio Ambiente, em 2006, o setor de base florestal Brasileiro é responsável por US\$ 7.198.474,486 das exportações brasileiras, sendo responsável por 16,5% das exportações do agronegócio brasileiro e por aproximadamente 9% da população economicamente ativa, destacando os estados de Santa Catarina e Acre como grandes produtores e exportadores do setor de base florestal (BRASIL, 2006).

Somente a Amazônia possui 30% das reservas mundiais de floresta tropical densa e detém 80% do potencial madeireiro do País, ficando os 20% restantes, distribuídos pelas demais regiões (MMA, 2005).

SFB (2010) menciona que o Brasil é um país florestal de aproximadamente 516 milhões de hectares (60,7% do seu território) de florestas naturais e plantadas, o que representa a segunda maior área florestal do mundo, atrás apenas da Rússia.

O Estado do Acre, por sua vez, tem o seu espaço de destaque nas discussões sobre meio ambiente. Tal fato, como argumentam Silva e Souza (2010), se deve que esse Estado conta com 165.150 km² de floresta nativa passíveis de exploração num nível sustentável.

As atividades de base florestal no Acre participam com 16,8% do valor bruto de produção (VBP) na economia estadual que corresponde a valores de R\$ 809 milhões do PIB florestal (ACRE, 2010). O setor florestal gera empregos nos

processos de extração, transporte e processamento em indústrias madeireiras e na moveleira gerando milhares de empregos indiretos (SFB, 2010).

No Estado do Acre, as políticas fomentando o uso correto das florestas são muito oportunas. Pois, segundo Acre (2000), este Estado tem 90% de sua superfície com floresta nativa intacta.

Cabe aqui mencionar Fortes (2007), em cujo seu estudo defende que uma abordagem sobre a produção de móveis de madeira, processo este que depende diretamente da exploração dos ativos florestais, apresenta um potencial para subsidiar as avaliações das formas de aplicação industrial desse recurso natural.

De acordo com Filgueiras et al. (2008), as operações florestais e a produção de madeira serrada e de móveis são atividades complementares. Ou ainda, pelos relatos de Polzl et al. (2003), a produção de móveis de madeira é uma continuidade da cadeia produtiva madeireira.

Segundo Silva (2003), o setor de marcenarias em Rio Branco, Estado do Acre, apresentava, em 1996, uma concentração no consumo de madeira relativamente baixo, carência de capital e madeira, demanda por linha de créditos, necessidade de investimento em marketing para promover a procura por novas espécies, atuação do governo do estado na promoção do manejo florestal sustentado para regularizar as marcenarias ilegais.

SEBRAE (2006), enfatizando a importância do segmento moveleiro, no uso da madeira como matéria-prima, mostra que 83% das firmas brasileiras de móveis concentram a sua produção em móveis de madeira, principalmente, na linha de dormitórios, que detém 37,6% do volume de peças produzidas.

O setor moveleiro, no Brasil é constituído por cerca de 13.500 micros, pequenas e médias empresas. Entretanto, ABIMÓVEL (2005) estima que, entre empresas formais e informais, exista atualmente no país um número que supere a casa de 50 mil firmas.

Neste contexto, Sills e Abt (2003) apontam o estudo do mercado como um importante subsídio para se avaliar como os produtos madeireiros estão sendo valorizados pelos produtores e consumidores de bens florestais e como vem sendo o aproveitamento destes recursos naturais.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

Identificar e copilar informações técnicas e econômicas sobre o setor moveleiros no Estado do Acre e assim subsidiar políticas públicas voltadas a fomentar o uso sustentável dos recursos florestais– AC.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a. Caracterizar o setor de móveis acreano, segundo seus aspectos industriais e de mercado;

b. Identificar e analisar os aspectos estruturais do setor de móveis locais, no que diz respeito à estrutura do seu mercado e à conduta das suas empresas

3. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura, desenvolvida, para a realização desse estudo, abordou os seguintes tópicos:

3.1. RECURSOS FLORESTAIS E SUA IMPORTÂNCIA

A relevância da floresta para o homem é indiscutível, uma vez que a humanidade depende desses recursos naturais para a sua sobrevivência. Além do fornecimento direto de diversos produtos, as florestas fornecem muitos serviços ambientais. Dentre esses serviços destacam-se, segundo Viana¹ (2002 Apud ALMEIDA, 2011), o seqüestro de carbono para atenuar mudanças do clima, proteção de mananciais de água para abastecimento, conservação de margens de hidrovias, conservação da biodiversidade, fornecimento de polinizadores e inimigos naturais de pragas e doenças para cultivos agrícolas, entre outros.

Porém, mesmo com a relativa grandeza dos recursos florestais existentes, o homem vem, ao usá-los incorretamente, destruindo-os. O que demonstra a falta de consciência de que no futuro os mesmos estarão mais escassos ou ainda extintos.

De acordo com Tonello et al. [s/d], a atividade florestal é importante sob diversos aspectos, além do econômico, para alguns produtos, o país ocupa lugar privilegiado no mercado mundial. Porém, as características de solo e clima e a extensão das terras brasileiras aptas à produção de madeira indicam que o Brasil poderia ocupar uma posição ainda mais relevante no cenário florestal mundial.

Noce et al. (2003) ressaltam que mesmo com o avanço de mercado, deve ser destacada a ocorrência de valorização do preço dos produtos florestais, o movimento de agregação de valor, o reflexo de políticas governamentais adotadas em resposta às crescentes pressões de ambientalistas, principalmente contra o corte das florestas tropicais.

O Estado do Acre, considerado uma região de alta prioridade para conservação, e rico em espécies vegetais, encontra na diversificação dos sistemas de produção, um caminho para o desenvolvimento pautado em bases sustentáveis.

¹ VIANA, V. M. **As florestas brasileiras e os desafios do desenvolvimento sustentável: manejo, certificação e políticas públicas apropriadas**. Piracicaba: ESALQ/USP. Tese de Livre-Docência. 2002.

O incentivo à diversificação do uso e para a comercialização de produtos florestais madeireiros é uma alternativa para o fortalecimento da economia regional, principalmente na região de Rio Branco, onde se encontra a maioria das empresas moveleiras do Estado do Acre (CASTRO, 2005).

IBGE (2009), por sua vez, revela que o Estado do Acre, mesmo podendo ser visto como um dos estados amazônicos no qual o desenvolvimento está associado à produção econômica e à conservação dos recursos naturais, o aumento do desmatamento ainda está presente nessa região.

3.2. SETOR FLORESTAL BRASILEIRO

O setor florestal vem ganhando maior importância nas últimas décadas, no final de 2007, atingiu 3,5 % do PIB nacional (SBS, 2007), mas em meados de 2008 a crise mundial fez o setor entrar em recessão, através da interrupção e redução dos investimentos pretendidos. Recuperando da crise durante o ano de 2010, a projeção para 2011 é voltar aos níveis anteriores e recuperar os projetos de ampliação (ABRAF, 2010).

O setor florestal contribui com uma grande parcela para a economia brasileira. Sobre essa importância desse segmento produtivo para o país, ABIMCI (2009) realça que a indústria de base florestal é responsável por cerca de um milhão de empregos diretos. Aliado a essa realidade, a indústria florestal nacional gera uma receita anual de US\$ 25 bilhões no Brasil, contribuindo com 4% do Produto Interno Bruto - PIB brasileiro e respondendo por US\$ 4,2 bilhões em exportações.

Nesse contexto, IBAMA (2006) afirma que existem de cerca 15 mil empresas do ramo madeireiro em atividade no País. Já, o volume diário médio de produtos florestais transportados (entre madeira sólida, lenha e carvão) está estimado em 69.000 m³, movimentando cerca de US\$ 8,1 milhões por dia, alavancado a economia nacional.

De acordo com Tonello et al. [s/d], a atividade florestal é importante sob diversos aspectos, além do econômico, para alguns produtos, o país ocupa lugar privilegiado no mercado mundial. Porém, as características de solo e clima e a extensão das terras brasileiras aptas à produção de madeira indicam que o Brasil poderia ocupar uma posição ainda mais relevante no cenário florestal mundial.

Brasil (2010) menciona que o setor florestal brasileiro foi responsável no ano de 2009 por aproximadamente 615.947 empregos formais, nos diversos segmentos produtivos, sendo que os segmentos que mais empregaram foram: produção moveleira, produção de celulose e papel, e desdobramentos de madeira.

3.3. APROVEITAMENTO DOS RECURSOS FLORESTAIS BRASILEIROS

Conforme Viana et al. (2002) e Brilhante (2000), o Brasil é o maior produtor mundial de madeira tropical, com mais de 90% da sua produção proveniente da Amazônia. Aliado a esse fato, esse país é, também, o maior consumidor mundial de madeira tropical.

Delepinasse (2002) cita que, em princípio, as áreas de florestas nativas densa são as mais procuradas pela indústria de transformação mecânica (serrados e laminas), uma vez que estas possuem potencial madeireiro mais atrativo em termos quantitativos e qualitativos, portanto são áreas com melhor potencial econômico para fins de exploração.

Gonçalves (2005), por sua vez, argumenta que, assim como em outros países com economias voltadas para a produção primária de commodities baseadas em recursos naturais, as florestas brasileiras têm sido intensamente exploradas ao longo da história e continuam a oferecer novas oportunidades para a expansão econômica regional.

Para Reis² (1989 apud BARBOSA, 2001) , dos 230 a 280 m³ por hectare da biomassa florestal da região Amazônica, somente 10% chegam às serrarias, pois 49% são usados como lenha e o restante é descartado como resíduo florestal.

Segundo Biasi e Rocha (2007) o maior problema enfrentado pelas indústrias de madeira é o baixo padrão tecnológico e a falta de conhecimento técnico das espécies, levando a um grande desperdício de matéria-prima.

Acre³ (2004 apud Pontes e Santos, 2006) observa os mesmos problemas citados em levantamentos realizados ao final da década de 80 e início da década de

² Reis, M.S. A Indústria Baseada em Madeiras Duras no Brasil. **Mesa Redonda Internacional: Oportunidades e Limitações para o Desenvolvimento da Indústria Baseada em Madeiras Tropicais na América Latina.** Brasília/DF, 1989. p. 46.

³ ACRE. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais. **Inventário de Resíduos Sólidos Industriais do Estado do Acre.** Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais. - Rio Branco: MMA/FNMA/SEMA, 2004. 124P.

90, tais como: (a) ineficiência do processo produtivo, (b) defasagem tecnológica, como ausência do processo secagem da madeira, (c) acabamento deficiente, (d) inexistência de design moderno (e) mão-de-obra não qualificada e (f) escassez de capital de giro.

3.4. CARACTERÍSTICAS DA INDÚSTRIA MOVELEIRA

Cassilha et al. (2004) citam que, no geral, a indústria moveleira é composta por empresas de pequeno e médio porte, formando um mercado segmentado, e caracterizado pelo uso intensivo de mão-de-obra, baixo dinamismo e pouca inovações tecnológicas.

Roese (2003) enfatiza que as pequenas empresas formam aglomerações locais e, devido os altos custos de maquinários modernos, usam uma baixa intensidade tecnológica. Esse procedimento faz que essas empresas tenham o seu diferencial competitivo relacionado, principalmente, ao design, investimentos em marketing e estratégias de vendas.

3.5. MERCADO DE PRODUTOS MOVELEIROS

Brito (2006) aponta que o maior produtor de móveis é a União Européia, que responde por 42% da produção mundial. Porém, se destacam, também, a América do Norte seguida dos países asiáticos e do Pacífico, com 27% e 25%, respectivamente, deste mercado.

Segundo ABIMOVEL (2005), na indústria de móveis do Brasil atuam 16.112 micro, pequenas e médias empresas. Entretanto, Guéron e Garrido (2004) salientam que esta é caracterizada por uma alta informalidade e marcado por uma forte diversificação, verticalização e fragmentação.

SEBRAE (2006) cita que 64,6% das empresas brasileiras de móveis têm um faturamento de até 120 mil reais anuais e 83% destas empresas concentram sua produção em móveis de madeira, principalmente, na linha de dormitórios, que chegam a 37,6% do volume de peças produzidas. Além disso, em 2005, este setor investiu R\$ 212 milhões em equipamentos para modernização e R\$ 329 milhões em investimentos gerais.

No Acre, 48% da produção do segmento de móveis se concentra nos municípios do Vale do Rio Acre (Brasiléia, Xapuri, Rio Branco e Porto Acre). Outrossim, este setor é constituído por 203 movelarias, de um total de 349 empresas atuando em todo o Estado, as quais geram 1.300 postos de trabalho (ACRE, 2000).

Ferreira (2004) ressalta que a maior parte da produção das marcenarias de Rio Branco é composta por móveis residenciais, para escritórios e escolares. Destes móveis, 75% são produtos para dormitório (camas, guarda-roupas, cômodas e criado mudo) e cozinha (armário, mesa com cadeiras e balcão) e 17% são destinados para usos em escritório (mesa, cadeira e armário para arquivo) e em escolas (carteira, mesa com cadeira, mesa para professor, armário, mesa e banco para refeitório).

3.6. ANÁLISE ESTRUTURAL DO MERCADO

A estrutura de mercado apresenta característica da organização do mercado que determina a competição e formação de preço (BRAGA, 1980).

Braga (1980) e Mendes (1994) enfatizam que as características das organizações do mercado, que afetam a concorrência e fixação de preços, representam a estrutura do mercado.

Marques e Aguiar (1993) reforçam afirmando que a análise da estrutura de mercado permite o conhecimento da real situação do mercado.

De acordo com Possas (1987), a estrutura descreve as características do ambiente em que as empresas operam e que influenciam a estratégia empresarial tais como: (1) concentração do mercado, configurada na distribuição do número das empresas, dos seus compradores e fornecedores; (2) grau de diferenciação de produtos; (3) intensidade de barreiras à entrada; (4) estruturas de custo; e (5) grau de integração e/ou diversificação das empresas entre outras características.

Carlton e Perloff (1994) abordam a análise estrutural do mercado, indicando, como mostrado de forma esquemática na Figura 1, a relação entre o modelo Estrutura-Condução-Desempenho do mercado com as políticas públicas.

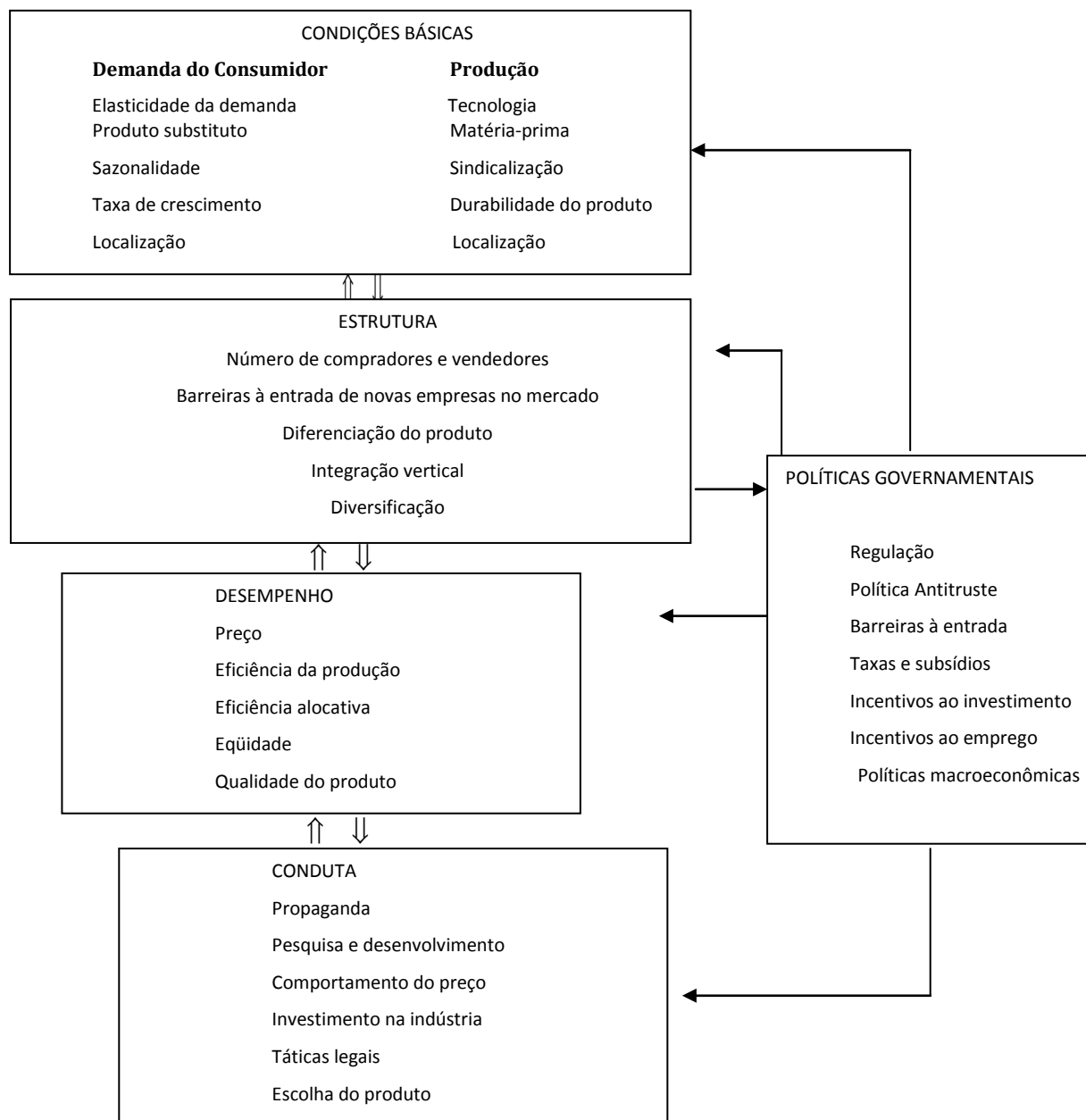


FIGURA 1. MODELO ESTRUTURA-CONDUTA-DESEMPENHO
 FONTE: Carlton e Perloff (1994).

a) Grau de concentração

Conforme Braga e Mascolo (1982), em um sentido amplo, concentração significa acumulação de certos atributos econômicos (tais como renda, riqueza, produção, entre outros.) por correspondentes unidades de controle (indivíduos, empresas, estabelecimentos industriais).

Para se analisar a estrutura de mercado, se torna necessário um estudo sobre o grau de concentração (PIZA e WELSH, 1968; STEELE et al., 1971; CRAMER e JENSEN, 1991 e MENDES, 1989 e 1994).

Como revelam Piza e Welsh (1968), tem-se que os fatores que reduzem a concentração são: (1) fatores de ordem legal; (2) fatores inerentes à soberania das empresas e (3) fatores ligados ao crescimento do mercado.

Cabral (1998), por sua vez, informa que: se usa as medidas de concentração para se ter conhecimento se a estrutura de mercado se aproxima de monopólio ou de concorrência perfeita e que, para a análise da concentração, os índices mais usados são: Relação de Concentração e Índice Herfindahl-Hirschman.

* Relação de Concentração (C)

Kon (1994) relaciona a concentração com o número de empresas e a proporção da produção e venda (se uma pequena quantidade de empresas responde por um grande volume de produção/vendas do mercado, tem-se um alto grau de concentração). E maior é o grau de concentração, mais próximo o mercado estará das relações monopolísticas.

* Índice Herfindahl-Hirschman (HH)

Silva et al. (1992) citam que o índice Herfindahl-Hirschman, que mede o grau de concentração, tende a crescer, ao aumentar a diferença no número de empresas amostradas.

Kon (1994) menciona que o índice HH leva em consideração, nos seus cálculos, todas as firmas da indústria, sendo um bom indicador de mercado em análises intertemporais.

b) Grau de diferenciação dos produtos

Braga (1980) argumenta que pela diferenciação dos produtos, as empresas podem ter incentivos para: (1) investir em propaganda e em promoção; (2) ajustar os custos de produção às condições de demanda e (3) variar a apresentação e qualidade do produto.

Mendes (1989 e 1994) cita que, pelo grau de diferenciação do produto (com serviços especiais ao consumidor, ingredientes de qualidade superior, prêmios e embalagens especiais), pode-se tornar a curva de demanda mais inelástica.

3.7. CONDUTA DE MERCADO

Mendes (1994), Stead et al. (1996) e Cabral (1998) citam que a conduta de mercado aborda as políticas das empresas, para com seus rivais, quanto ao preço, produto e ações coercivas.

Piza e Welsh (1968) enfatizam que os pontos que influenciam a conduta de mercado são: (a) políticas de preço; (b) políticas de quantificação da produção; (c) políticas para com produto e planificação da promoção de vendas; (d) meios de promover melhorias; (e) formas de como a firma se adapta às políticas de preço, produção e promoção de venda dos seus competidores e (f) esforço intensivo para dificultar a entrada de empresas no mercado.

a) Política de preços

Mendes (1994) revela que, nos oligopólios, as empresas, para manter as condições estáveis, visam evitar a competição de preço. Através disso, há mútua interdependência entre elas, o que propicia: (a) acordo entre as empresas (de preço e territórios ou áreas de mercado); (b) liderança de preço e (c) conluio.

A análise das políticas de preços possibilita preços prêmios para alguns grupos de clientes e oferecendo descontos para outros, são estabelecidas pelos produtores no sentido de segmentar o mercado (STEAD et al.,1996).

b) Política de produto

Segundo Mendes (1994), as empresas formulam políticas de produtos considerando: (a) diferenciação do produto; (c) gastos com propaganda e (d) serviços adicionais com o produto.

c) Política coerciva

Mendes (1994) argumenta que as empresas podem praticar “dumping” de preços ou integração vertical, com isso podem aumentar as barreiras à entrada de novas empresas no mercado e proporcionar mudança na estrutura do mercado ao enfraquecer ou eliminar os concorrentes.

As políticas coercivas (ou de conluio) são ações dos produtores que visam, intencionalmente ou não, dificultar a entrada de empresas no mercado (Stead et al. (1996).

4. MATERIAL E MÉTODOS

4.1. CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A área de estudo, escolhida para essa pesquisa, foi o Município de Rio Branco. A definição desse Município para tal finalidade se justifica pelo fato que o mesmo, além de ser a capital do Estado do Acre, é nele que está instalada a maior parte das empresas moveleiras atividade nesse Estado (ACRE, 2009).

4.1.1. Informações gerais

A ocupação do território do Acre inicia-se em 1878, com a chegada de brasileiros, a maioria nordestina, numa área ainda indefinida quanto aos limites com a Bolívia e o Peru, visando à exploração econômica da borracha (ACRE, 2009).

O Estado do Acre está situado num planalto com altitude média de 200m, localizado no Sudoeste da Região Norte, entre as latitudes de -7°06'56 N e longitude - 73°48'05" N, latitude de -11°08'41" S e longitude de - 68°42'59" S. (ACRE, 2009).

De acordo com Acre (2011), tem-se que a população total do Estado do Acre é de 733.559 habitantes. Já, a população de Rio Branco, que é a capital do Estado, neste mesmo ano, é de 336.038 habitantes, residindo em mais de 180 bairros, sendo a maioria localizada em regiões periférica, e com baixas condições de saneamento ambiental.

A área de estudo está localizada no Distrito Industrial de Rio Branco. Local escolhido por apresentar o maior número de empresas moveleiras reunidas em um único pólo (Figura 02).

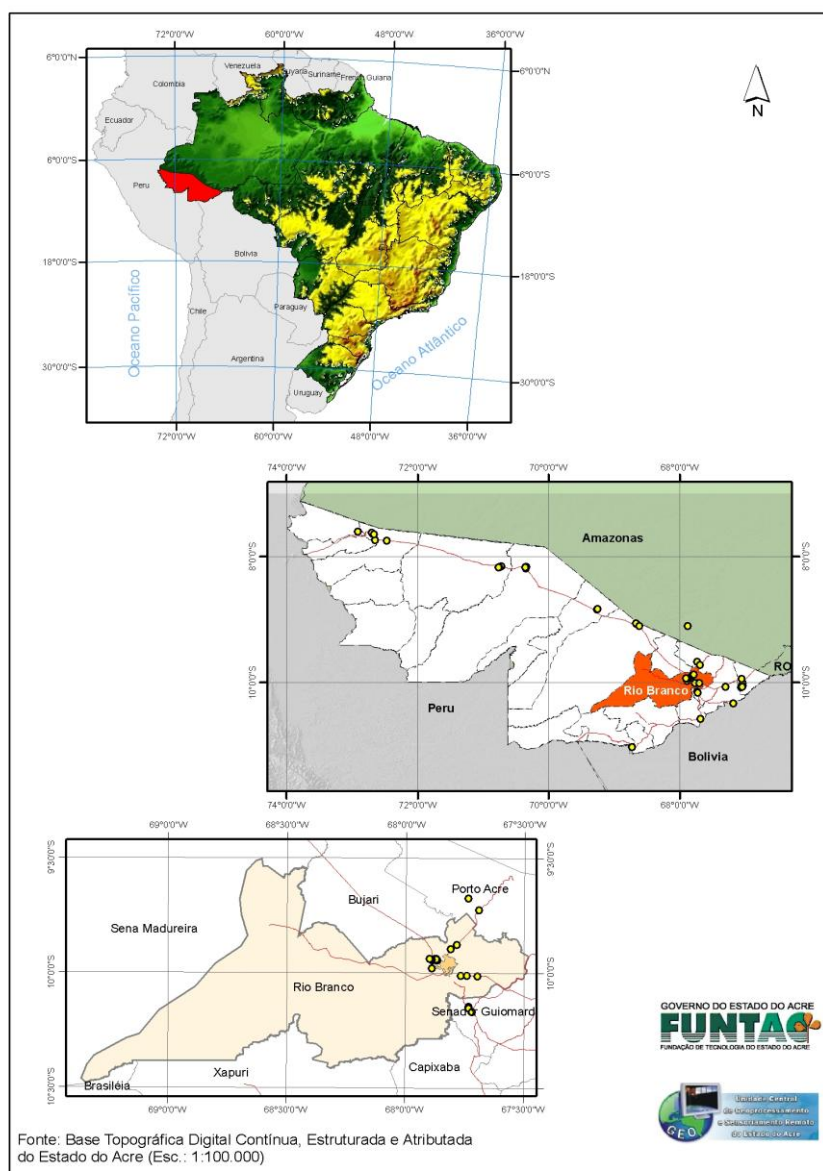


FIGURA 02 – MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO ESTADO DO ACRE E EM DESTAQUE O MUNICÍPIO DE RIO BRANCO E A ÁREA DE ESTUDO – DISTRITO INDUSTRIAL DE RIO BRANCO. FONTE: Santos (2006).

4.2. DADOS PRIMÁRIOS

4.2.1. Identificação da população-alvo

A população-alvo, aqui analisada, para caracterizar o setor de móveis acreano, segundo seus aspectos industriais e de mercado, foi o grupo de todos os moveleiros participantes do Sindicato dos Moveleiros de Rio Branco, no período 2010-2011. A definição dessa população-alvo para tal finalidade se justifica pelo

acesso facilitado ao setor, já que por estarem sindicalizados, os moveleiros não temem atender e responder os formulários propostos pela pesquisa.

4.2.2. Metodologia de coleta de dados

A coleta de dados, neste estudo, ocorreu no período de setembro-outubro de 2011, obedecendo às seguintes etapas:

Para se obter os dados primários, aplicou-se um formulário em entrevistas 'face a face' aos representantes do setor moveleiro de Rio Branco, como sugerem Sproull (1988) e Gil (1995): esta técnica é útil, caso em que se visa ter um maior aprofundamento nas respostas.

É oportuno realçar que, neste levantamento, foi realizada uma amostragem piloto que, de acordo com Sproull (1988), permiti verificar se as perguntas formuladas são satisfatórias para gerar informações num nível desejável e se os entrevistados interpretam corretamente estas perguntas. Ressalte-se que este procedimento também sugerido por Sproull (1988) realça a importância da análise dos resultados de um pré-teste em um levantamento de dados no que concerne: (1) a geração de dados em um nível desejado e (2) a perfeita interpretação, pelos entrevistados, dos itens incluídos no formulário.

4.2.3. Formulação dos instrumentos de coletas de dados

A coleta de dados primários foi efetuada via a aplicação de formulários nos estabelecimentos amostrados. Este procedimento baseou-se em entrevistas com os representantes legais de cada empresa do setor moveleiro de Rio Branco.

Salienta-se que esta metodologia foi adotada por Silva (2000, 2003 e 2002) e Brilhante (2000).

Segundo Sproull (1988), este é o método mais apropriado quando se deseja obter um maior aprofundamento nas respostas e exatidão nos dados.

O formulário desenvolvido objetivou coletar as seguintes informações:

- Identificação da empresa quanto aos aspectos relacionados ao endereço, ano de instalação, ramo de atividade;
- Caracterização de recursos humanos, de cada empresa;

- Produção industrial, abordando pontos do suprimento de matéria prima, e industrialização da produção;
- Caracterização das espécies madeireiras mais utilizadas;
- Comercialização abordando preço de mercado dos produtos, destino da produção, canais de comercialização adotados, serviços especiais e procedimentos de promoção de venda;
- Aspectos gerais destacando a política de preço relacionado com clientes e expectativas com o futuro da empresa.

Vale aqui mencionar que, diante dessas informações contidas no formulário, somente as que estão em destaque foram utilizadas, embasadas como objetivo deste trabalho, que é sugerido por Silva (2000), como perguntas relevantes para desenvolvimento da pesquisa.

O apêndice 1 apresenta a estrutura do formulário utilizado nesse estudo.

4.2.4. Método de amostragem

A coleta de dados foi realizada de acordo com uma **amostragem por acessibilidade**, descrita por Gil (1995). Assim, selecionaram-se os entrevistados em acordo com a acessibilidade que o entrevistador tinha para com eles, admitindo-se que os entrevistados podiam ser representativos do universo pesquisado.

4.2.5. Intensidade amostral

A coleta de dados primários foi realizada, para se obter informações junto a todas as movelarias cadastradas no Sindicato dos Moveleiros de Rio Branco – SINDMÓVEIS. Assim, chegou a 21 empresas como o indicativo da população total dessas empresas em atividade em Rio Branco, no período em análise, sendo que 2 empresas fecharam no ano em análise, totalizando 19 empresas analisadas.

Com este número optou-se por uma coleta de dados através de um censo com as empresas do mercado moveleiro em questão. Tomou-se tal conduta em função de que o número potencial de firma a serem pesquisadas, (19 movelarias),

era inferior ao mínimo fixado por Tompkin⁴ (1967 Apud SILVA, 2000), para um levantamento na área social segundo amostragem.

4.2.6. Dados secundários

Como dados secundários dessa pesquisa foram utilizados as informações que fazer parte de pesquisas feita por Silva (2000, 2003, 2004, 2005 e 2007), Araújo (1990), Pontes e Santos (2006), Fernandes Sobrinho (2007); Fortes (2007) e Souza, (2007). Os dados secundários deste estudo tiveram a finalidade, quando necessário, de explicitar e esclarecer os resultados obtidos por meio das entrevistas, bem como, analisar o além de permitir verificar e comparar o comportamento ao longo dos anos deste segmento.

4.3. METODOLOGIA DE ANÁLISE

A metodologia de análise e interpretação utilizada nesta pesquisa seguiu recomendações feitas por Gil (1995), dividindo-se em cinco passos: (a) estabelecimento de categorias; (b) codificação; (c) tabulação; (d) análise percentual e por fim, (e) interpretação dos dados.

- a) Nesse caso foi levando em consideração todas as entrevistas realizadas durante o de estudo.
- b) Ocorreu a codificação dos dados, de maneira sucinta, a respeito dos itens abordados no levantamento.
- c) Extraíu-se dos formulários dados que processados, permitiram a elaboração de gráficos ou tabelas contendo os resultados gerados nessa pesquisa.
- d) Foi feito a análise por pergunta verificando alguns comentários que poderiam ser interessante para compor os resultados e discussão do trabalho.
- e) A interpretação ocorreu baseada na análise percentual por pergunta.

4.3.1. Análise do Setor moveleiro de Rio Branco

4.3.1.1 Caracterização técnica-econômica

⁴ TOMPKIN, I. R. **Estatística e métodos de pesquisa em ciências sociais rurais**. Piracicaba: USAID/B-OSU-ESALQ, 1967. 168p.

A abordagem, técnica-econômica do setor madeireiro de Rio Branco, pode ser diferenciada nos seguintes tópicos como recomenda Silva (1996):

A - Estrutura administrativa

B - Caracterização da matéria-prima

C - Análise da produção

D - Perfil da comercialização do produto final

E – Intenção de Investimentos nas empresas

A - Estrutura administrativa

A análise dos dados administrativos abordou os seguintes pontos, como sugeriu Silva (2007): classificação do setor marceneiro/moveleira de Rio Branco quanto ao número de funcionários, por empresa; ramo de atividade; ano de início de atividade; número de empregados.

B - Caracterização da matéria-prima

A caracterização da matéria-prima buscou ter, dos entrevistados, respostas para as seguintes perguntas: Qual a origem da matéria-prima utilizada; Quais espécies florestais utilizam em sua empresa; Qual o volume anual consumido desta matéria-prima; Quanto paga pela matéria-prima; Qual o processo de secagem da matéria-prima e quais restrições existem na obtenção da matéria-prima.

C - Análise da produção

A coleta de dados referentes a produção objetivou atender à uma demanda de informações sobre as empresas entrevistadas, quanto aos seguintes itens: maquinário utilizados; espécies utilizadas e seus volumes anuais; origem desta matéria-prima, como também o valor de compra para esses insumos. Foram também questionados aspectos quanto às dificuldades na obtenção de matéria prima, obstáculos no armazenamento da madeira, Quais limitações na produção, quais limitações para estocagem do produto final.

D - Perfil da comercialização do produto final

A caracterização da comercialização do produto final, desenvolveu-se buscando ter, dos entrevistados, respostas para as seguintes perguntas: Qual mercado consumidor? Quanto recebe pelo produto final? Qual o volume de venda do

produto final? e Quais restrições existem, e devem ser obedecidas para a entrega do produto final? Onde é realizada a venda do produto.

A diferenciação do produto foi avaliada, de acordo com procedimentos adotados por Silva (2000), a partir das respostas dos empresários sobre quais os pontos que suas empresas diferenciam-se dos seus concorrentes. Para isso, foram sugeridas como opções de item diferenciador: (1) preço do produto; (2) produto em si, diferenciado nos subitens, espécie madeira usada e qualidade do produto; (3) fornecimento de serviços especiais; (4) método de distribuição; (5) realização de promoções de venda; e (6) outros.

Questionou-se, então os moveleiros quanto a estratégia de venda dos produtos. Foi questionado se as empresas fazem propaganda em revistas, rádio, televisão entre outro. Foi analisado ainda como era a formação do preço dos produtos e se existe alguma tipo de serviço especial realizado pela empresa.

E – Intenção de Investimentos nas empresas

Para avaliar possíveis investimentos, em termos de atualização da firma analisada, perguntou-se, aos integrantes dos segmentos produtivos analisados, se haveria ou não investido nos últimos anos na empresa, ou ainda se iriam investir em processo, treinamento pessoal ou outros investimentos disponíveis para o mercado.

4.3.2. Análise da comercialização segundo a abordagem da estrutura de mercado

A comercialização foi analisada segundo os aspectos estruturais do mercado: para tal, foi desenvolvido o estudo da estrutura do mercado de móveis em Rio Branco.

4.3.2.1. Estrutura do mercado

A estrutura do mercado de móveis foi identificada pela análise estrutural, como propõe Piza e Welsh (1968), Mendes (1989 e 1994), Marques e Aguiar (1993), Cabral (1998) e Kon (1994). Assim, foram avaliados os graus de concentração do mercado e de diferenciação dos produtos.

a) Grau de concentração

A concentração, no uso dos recursos florestais, executado pelo setor de móveis de Rio Branco, foi analisada seguindo critérios apresentados por Piza e Welsh (1968), Mendes (1989 e 1994), Marques e Aguiar (1993), Cabral (1998) e Kon (1994).

O processamento dos dados básicos, relativos às informações obtidas, ao analisar o setor em questão, foi realizado de acordo com a seguinte metodologia:

O estudo sobre a concentração, quanto ao emprego da matéria-prima, considerou o volume total de madeira comprado, e processado pelo setor moveleiro de Rio Branco. Assim, determinou-se a participação de cada firma no volume total de madeira circulando pelo seu segmento como um todo.

Pelo exposto, adotou-se o volume de madeira consumida para ser um indicativo do volume de comercialização. Ou mais especificamente, a quantidade de madeira consumida é proporcional ao número total de móveis comercializados neste segmento, como sugerido por Silva (2003).

Na análise de concentração, por sugestão de Cabral (1998), Silva (2003), Filho (2009), foi calculado o Índice de Herfindahl-Hirschman (HH).

- Índice de Herfindahl-Hirschman (HH)

Foi calculado o índice H-H, para avaliar o grau de concentração da distribuição, no mercado, como sugerem Silva et al. (1992) e Kon (1994).

Este índice foi obtido pela seguinte expressão matemática:

$$HH = \sum_{i=1}^n P_{ip}^2$$

Onde:

HH = o índice Herfindahl-Hirschman e

P_{ip} = a participação percentual (onde 100%=100), da firma *i* no mercado.

A análise do índice Herfindahl-Hirschman, calculado nesta pesquisa, recebeu as seguintes considerações, as quais se baseiam nos critérios indicados por Klemperer (1996), Mendes (1998) e Santos e Santana (2002): (1) caso o valor de *HH* tendesse a 0, o mercado tenderia a uma competição perfeita; (2) caso *HH* fosse igual

a 10.000, o mercado seria um monopólio; (3) se o HH calculado fosse menor que 1.000, o mercado seria altamente competitivo; (4) quando o HH identificado, estivesse entre 1.000 e 1.800, o mercado seria visto como detendo uma baixa concentração e (5) se HH obtido fosse maior que 1.800, caracterizaria que o mercado analisado seria altamente concentrado.

É oportuno enfatizar que as empresas foram diferenciadas, nesse estudo, em concentradoras e não concentradoras. Mais especificamente, foram consideradas como empresas concentradoras, as quatro empresas que detinham as maiores percentagens de concentração como variável a compra de madeira, (definidas como C_4). As outras empresas, que não tiveram uma participação significativa no seu segmento de mercado, foram classificadas como não concentradoras (codificadas como $Outras_4$). Salienta que tais codificações seguem exemplos adotados por Nautiyal et al (1985) e Klemperer (1996).

b) Grau de diferenciação dos produtos

Para a abordagem do grau de diferenciação, foi usado o método proposto por Mendes (1994) e usado por Silva (2007), através da análise das respostas obtidas com a aplicação do formulário, no que diz respeito à prática dos seguintes serviços especiais: (a) serviço de pronta entrega do produto; (b) doação de prêmios através do sorteio entre os clientes; (c) garantia da qualidade de seus produtos e (d) fornecimento do serviço de frete para os compradores.

4.3.2.2. Conduta

A conduta das empresas no mercado foi analisada, por sugestão de Steele et al. (1971) e Mendes (1974), enfocando: Políticas de preço; Promoções; Equipamentos e aperfeiçoamento e Políticas de investimentos.

- Política de formação de preços

Levando em consideração relatos de Silva (2007), para avaliar as políticas de formação de preços, foram consideradas as respostas dos empresários do setor madeireiro envolvidos na pesquisa, quanto à metodologia aplicada ao longo do tempo, para a definição dos preços de seus produtos.

- Políticas de promoção

A política de promoção, de acordo com Zober (1971) e Kotler (1994), foi avaliada considerando os seguintes fatores: (a) Publicidade ou propaganda; (b) Promoção de venda; (c) Relações públicas; e (d) Venda pessoal.

- Equipamentos e aperfeiçoamento do produto

A avaliação da conduta do mercado, por sugestão Silva (2000), analisou as respostas dos entrevistados relacionadas aos seguintes tópicos: (a) Planejamento no processo de comercialização; (b) Inovação ou aperfeiçoamento das técnicas de produção ou comercialização.

- Ações para as políticas de preços e de promoção dos concorrentes

Aos empresários, foi questionado como reagem às políticas de preços e de promoções de seus concorrentes.

- Políticas de investimentos

Por sugestão de Silva (2007), a política de investimentos abordou os seguintes pontos: (a) Quanto à existência de plano de treinamento de funcionários; e (b) Plano de inovação tecnológica das máquinas e equipamentos.

É oportuno mencionar que, a avaliação dos resultados, como propõe Silva (2000), foi desenvolvida considerando: (a) O segmento de mercado como um todo; (b) Parte do segmento contendo só as empresas concentradoras; e (c) Parte do segmento contendo apenas as empresas não-concentradoras.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

5.1. CARACTERIZAÇÃO TÉCNICA-ECONÔMICA

5.1.2. Origem da matéria-prima

A Tabela 1 caracteriza a origem da matéria-prima florestal para as movelarias de Rio Branco no período de 2010-11.

TABELA 1 - ORIGEM DA MATÉRIA-PRIMA PARA AS EMPRESAS PESQUISADAS EM 2010-11.

Origem da matéria-prima	2004-2005(*)			2010-2011		
	Posição no Mercado			Posição no Mercado		
	C_4	$Outras_4$	Média geral	C_4	$Outras_4$	Média Geral
a) Floresta própria	0,00	0,58	0,31			
b) Árvore em pé	0,00	1,52	0,81			
c) Tora no mato				0,00	6,66	5,26
d) Posto movelaria	19,14	65,06	43,75			
d.1 Coloneiro ¹	19,14	62,02	42,12	0,00	13,33	10,53
d.2 Freteiro ²	0,00	3,05	1,63			
e) Serraria	80,86	32,84	55,12	75,00	86,66	84,21
e.1 Tora						
e.2 Serrada						
f) Depósito				0,00	6,66	5,26
g) Terceiros em RB						
h) Terceiros fora do AC						
i) NR*				25,00	0,00	0,00

Nota: Dados coletados e processados pela autora em comparação com trabalho de Silva (2007).

* Não responderam a pergunta

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

- (1) Nome local dado aos donos de pequena área rural que, em certas situações, extraem e transportam os recursos florestais existentes em suas propriedades, para posterior venda no pátio da marcenaria.
- (2) Micro-empresários, proprietários de caminhões que compram a madeira (na forma de árvore em pé ou tora abatida) dos coloneiros, sendo responsáveis pela sua extração e transporte, para vendê-la, na forma de tora ou blocos de madeira serrada, nos pátios das serrarias e marcenarias, respectivamente.

Nessa tabela, observa-se que mais que 84% da madeira adquirida pelas indústrias moveleiras, em 2010, provém da compra em serrarias. Enquanto que os 20% restantes da aquisição desse produto eram oriundos da compra de depósitos, tora no mato e coloneiros. Comparando os dados com Silva (2007), nota-se que a origem da matéria-prima do setor moveleiro de Rio Branco é mesma, as serrarias.

5.1.3. Dificuldade na obtenção da matéria-prima

Na Tabela 2 é sintetizada a existência das dificuldades enfrentadas pelo setor de móveis, na obtenção de matéria-prima florestal em Rio Branco, 2010-11.

TABELA 2 - DIFICULDADES ENFRENTADAS PELO SETOR DE MÓVEIS, NA OBTENÇÃO DE MATÉRIA-PRIMA FLORESTAL EM RIO BRANCO, 2010-11.

ITENS	Posição no Mercado (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Não tem dificuldade	75,00	93,33	89,47
Tem dificuldade	25,00	6,66	10,53

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

As informações desta Tabela evidenciam que um grupo significativo de marcenarias em atividade no ano de 2010, não se deparava com obstáculos para obtenção de matéria-prima para a produção de seus produtos.

5.1.4. Preço de compra da madeira

A Tabela 3 indica o preço médio praticado na compra da madeira, pelas empresas analisadas nesse estudo.

TABELA 3 – PREÇO MÉDIO PAGO NA COMPRA DE MADEIRA NAS MOVELARIAS DE RIO BRANCO 2010-11.

Espécie	Preço pago na compra de madeira (R\$) ¹
Açacu	300,00
Amarelão	400,00
Angelim	440,80
Cedro	543,60
Cerejeira	545,00
Cumaru-cetim	531,80
Cumaru-ferro	654,40
Gariúba	*(2)
Imbúia	400,00
Jatobá	492,90
Jequitibá	550,00
Manitê	330,00
Maracatiara	550,00
Sucupira	478,60
Tamarindo	475,00
Tauari	250,00
Violeta	600,00

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

(1) Valor pago em 1m³ de madeira comprada.

(2) O empresário informou que comprava a espécie Guariúba mais não informou o preço pago na compra.

De acordo com a Tabela 3, nota-se que a espécie cumaru-ferro é a mais cara. Salienta-se que esse valor mais alto, de acordo com os empresários, é pela tradição de uso da mesma para a produção de móveis.

5.1.5. Principais espécies utilizadas

A Tabela 4 apresenta as principais espécies utilizadas pelo setor e sua proporção de uso pelas empresas visitadas.

De acordo com essa Tabela, pode-se constatar que a maioria das empresas C₄ utiliza a espécie Cumaru-ferro em sua produção. Notando-se ainda que as empresas denominadas Outras₄, utilizam 52,94% da mesma espécie. Em trabalho realizado por Pontes e Santos (2006), observa-se que a espécie mais comercializada no setor madeireiro de Rio Branco é o cumaru-ferro, com média de uso de 29% por todo o setor.

TABELA 4 - ESPÉCIES FLORESTAIS USADAS NAS MOVELARIAS EM RIO BRANCO, 2010-11.

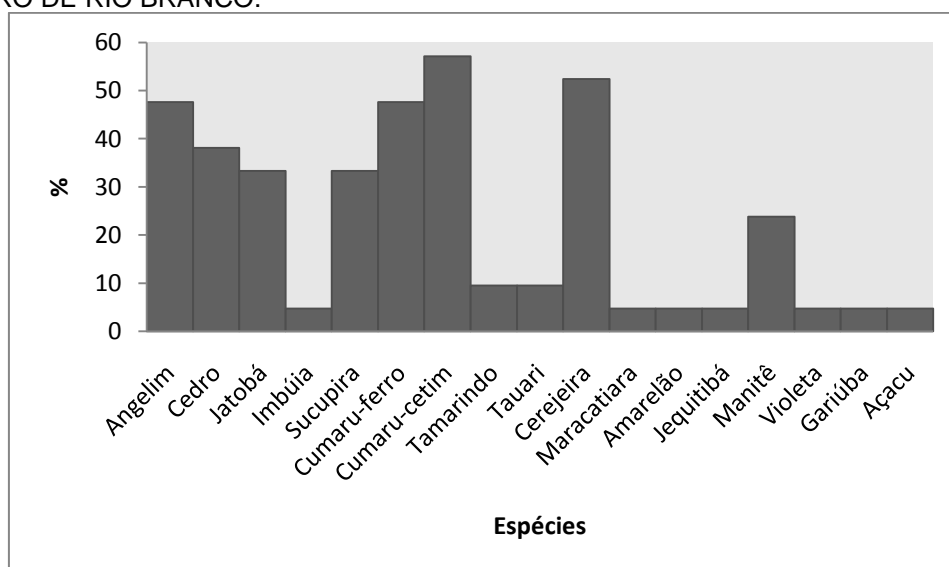
Espécie	Posição no mercado (%)		
	C ₄	Outras ₄	Total
Açacu	50,00	47,06	47,62
Amarelão	50,00	35,29	38,10
Angelim	50,00	29,41	33,33
Cedro	0,00	5,88	4,76
Cerejeira	25,00	35,29	33,33
Cumaru-cetim	25,00	52,94	47,62
Cumaru-ferro	75,00	52,94	57,14
Gariúba	0,00	11,76	9,52
Imbúia	25,00	5,88	9,52
Jatobá	75,00	47,06	52,38
Jequitibá	0,00	5,88	4,76
Manitê	0,00	5,88	4,76
Maracatiara	0,00	5,88	4,76
Sucupira	50,00	17,65	23,81
Tamarindo	25,00	0,00	4,76
Tuari	0,00	5,88	4,76
Violeta	25,00	0,00	4,76

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Desta forma, é possível se verificar que em ambos os trabalhos de pesquisa as espécies identificadas como mais utilizadas são basicamente as mesmas, corroborando com estas informações, Pontes e Santos (2006), relata que os levantamentos florestais indicam ser bastante amplo o número de espécies com potencial de uso nas florestas acreanas. Entretanto, as serrarias continuam concentrando sua produção em poucas espécies, sendo basicamente as mesmas encontradas nos levantamentos realizados no final da década de 80. Dentre todas as espécies levantadas o cumaru-ferro e o cumaru-cetim aparecem com expressiva representatividade.

Na Figura abaixo se tem a distribuição das principais espécies madeireiras utilizadas no setor moveleiro de Rio Branco.

FIGURA 03 – DISTRIBUIÇÃO DAS PRINCIPAIS ESPÉCIES MADEIREIRAS UTILIZADAS NO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO.



Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Constatou-se que, no período em análise, que a espécie mais utilizada pelo setor moveleiro de Rio Branco é o Cumaru-cetim (*Apuleia molaris*), seguida da Cerejeira (*Torresea acreana*), e Cumaru-ferro (*Dipterix odorata*).

5.2. ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

5.2.1. Atividade

A tabela abaixo indica a participação das empresas nos diversos seguimentos do setor moveleiro de Rio Branco.

TABELA 5 – RAMO DE ATIVIDADES DAS EMPRESAS SINDICALIZADAS DO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO NO ANO DE 2010-2011.

Atividade	
Marcenaria	16
Loja de Móveis	11
Modulados	6
Estofarias	1
Outros	0

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

As empresas fazem um pouco de tudo. Das 19 empresas entrevistadas, 16 participam do ramo de marcenaria, sendo que 11 delas possuem loja de móveis como atividades paralelas. Das analisadas 6 trabalham com modulados e 1 com a atividade de estofaria.

Na Tabela abaixo é possível observar a distribuição dos funcionários nas áreas de administração, venda, produção e Entregas/transportes no setor moveleiro local no período de 2010-11.

TABELA 6 – ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO NO PERÍODO DE 2010-11.

ÁREA	Posição no Mercado (%)		
	C_4	$Outras_4$	Média Geral
Administração	3,91	12,89	16,80
Venda	4,69	10,93	15,63
Produção	24,61	35,93	60,55
Entregas/transportes	2,34	4,68	7,03

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Nas empresas visitadas contabilizou-se 256 funcionários distribuídos nas áreas da administração, venda, produção e entrega. Nesse sentido, a Tabela 6 revela que a maioria dos funcionários trabalha na área da produção, sendo que 35,93% estão inseridas nas empresas classificadas como $Outras_4$. De acordo com os entrevistados, a maioria dos funcionários que trabalham na administração fazem trabalhos paralelos principalmente na área de venda.

5.2.2. Treinamento

Na tabela 7 é possível observar a participação em treinamentos dos funcionários das empresas do setor moveleiro de Rio Branco.

TABELA 7 – FUNCIONÁRIOS QUE PARTICIPARAM DE TREINAMENTO NO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO NO PERÍODO DE 2010-11.

ÁREA	Posição no Mercado (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Administração	5,78	9,24	15,03
Venda	6,36	7,51	13,87
Produção	25,43	43,35	68,79
Entregas/transportes	1,16	25,05	2,31

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Os resultados da planificação e aperfeiçoamento dos funcionários demonstraram que do total de 256 funcionários, 173 participam de treinamentos contabilizando 67,57% do total.

Nota-se que dos 173 funcionários, a maioria 43,35% fazem parte da produção e estão classificadas como *Outras₄*. É possível concluir que os treinamentos são voltados para os funcionários da produção, visando desta forma o aperfeiçoamento da produção dos móveis.

5.2.3. Processo de secagem da madeira

Outro item que as empresas buscam utilizar, para melhorar a qualidade dos produtos gerados, é a realização da secagem prévia da madeira, afim de minimizar os defeitos causados pela umidade da madeira.

Na tabela 8 tem-se a volumetria de madeira, que foi utilizada pelo setor moveleiro de Rio Branco, que passou por processo de secagem em 2010-11.

TABELA 8 - PROCESSO DE SECAGEM UTILIZADAS PELAS EMPRESAS DO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO 2010-11.

Processo de secagem						
	Secagem Natural			Secagem Artificial		
	Em relação a madeira consumida					
	C_4	$Outras_4$	Geral	C_4	$Outras_4$	Geral
Volume em madeira m³	900,00	1.041,60	1.941,60	660,00	590,40	1.250,40

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

De acordo com a Tabela 8, do volume de 5.700,87m³ de madeira consumido, 1.941,60m³ são secos de forma natural pelos moveleiros, e 1.250,40m³ da madeira consumida são secos de forma artificial.

Das empresas analisadas, 55,99% utilizam ou o processo de secagem natural ou artificial. Sendo que o restante das empresas que não utilizam o processo de secagem, são empresas que usam MDF na sua produção.

5.2.4. Venda da produção

No item seguinte é possível analisar os locais de venda da produção de móveis do setor produtivo local.

TABELA 9 – LOCAIS DE VENDA DA PRODUÇÃO MOVELEIRA DE RIO BRANCO, 2010-11.

Posição no mercado	Venda da produção (%)		
	Marcenaria	Showroom	Terceiros
Total	39,73	37,36	22,89
<i>C₄</i>	32,50	32,50	35,00
<i>Outras₄</i>	41,66	38,66	19,66

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Ao analisar a Tabela 9, verifica-se que a maioria das empresas apresentam a venda de suas produções na marcenaria, onde aceitam pedidos direto, e ainda possuem showroom próprio para exposição dos produtos fabricados.

5.2.5. Equipamentos e maquinário

Foi analisado nas entrevistas realizadas, o ano em que o maquinário foi adquirido pelas empresas, e ainda se ocorreu a troca desse maquinário no decorrer dos anos nas empresas analisadas.

Inferiu que o maquinário da maioria das empresas foi adquirido no ano de instalação das empresas. Das empresas codificadas como *C₄* o tempo médio de compra do maquinário foi entre 1981-2005. Onde 2005 foi o ano de instalação da empresa mais recente no mercado local.

5.3. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

5.3.1. Móveis fabricados

A Tabela 10 lista os principais produtos elaborados pelo setor moveleiro de Rio Branco, no período 2010-2011.

TABELA 10 – MÓVEIS FABRICADOS NO SETOR MOVELEIRO EM RIO BRANCO, 2010-2011.

Móveis fabricados	Posição no Mercado (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Mesas	50,00	66,66	63,16
Cadeiras	25,00	73,33	63,16
Guarda-roupa	50,00	66,66	63,16
Camas	50,00	60,00	57,89
Portas	50,00	53,33	52,63
Janelas	50,00	53,33	52,63
<i>Racks</i>	50,00	66,66	50,00
Mobiliário escolar	50,00	4,00	50,00
Pequenos objetos	0,00	13,33	0,00
Outros	0,00	60,00	47,37

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Após análise da Tabela 10, verificou-se que as empresas não fazem diferenciação na fabricação de móveis. Das empresas analisadas 51% fabricam mesas, cadeiras, guarda-roupa, camas, portas, janelas, racks e mobiliário escolar. Apenas 2% trabalham com a produção de pequenos objetos em madeira. 47% das empresas entrevistadas trabalham com a produção de outros produtos em madeira, que são classificados como painéis, esquadrias, estofaria e armários em geral. Nesta Tabela é possível notar que a maioria das empresas produzem todos os móveis. Isso se deve, de acordo com os proprietários, que eles trabalham em regime de encomenda de pedidos. Fazendo com que produzam dentro do demandado pelo cliente em um determinado prazo de tempo.

5.3.2. Quantidade de móveis produzidos e preço de venda.

Na tabela abaixo se tem os preços dos móveis, praticados pelo setor moveleiro local no período de 2010-11.

TABELA 11 - PREÇO MÉDIO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS VENDIDOS PELAS MARCENARIAS DE RIO BRANCO, 2010-11.

Produtos	Quantidade Unid/ano	Valor médio (R\$)
Mesas	3.695	1.057,00
Cadeiras	6.150	118,63
Guarda – roupas	222	2.100,00
Camas	519	583,00
Portas	4.820	212,00
Janelas	652	214,66
<i>Racks</i>	272	648,00
Cadeiras escolares	21.400	155,62
Pequenos objetos	N/I ¹	N/I ¹
Outros	142	2.800,00

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

(1) O empresário informou que vendia pequenos objetos mais não informou a quantidade nem o valor cobrado por eles.

Com as informações inerentes Tabela 11, toma-se conhecimento que o item que é mais fabricado pelo setor moveleiro no período de 2010-11 é cadeiras escolares, com a produção média de 21.400 unidades por ano. O preço cobrado pelo item outros foi o mais alto com o valor de R\$ 2.800,00 por média de unidade comprada sendo este item painéis, esquadrias, estofaria e armários em geral.

5.4. LIMITES NA ESTOCAGEM DA PRODUÇÃO

A Tabela 12 indica os obstáculos enfrentados, para as movelarias de Rio Branco estocar a produção em suas empresas.

TABELA 12 - OBSTÁCULOS QUE AS EMPRESAS ENFRENTAM NA HORA DE ESTOCAR A PRODUÇÃO EM 2010-11.

Item	%
Não tem limites/restrições	36,84
Tem limites	57,89

De acordo com a Tabela 12, nota-se que mais da metade das empresas (57,89%), possui limitações na estocagem de seus produtos.

A Tabela 13 indica os obstáculos encontrados, para as movelarias de Rio Branco estocar a produção em suas empresas.

TABELA 13 - OBSTÁCULOS QUE AS EMPRESAS ENFRENTAM NA HORA DE ESTOCAR A PRODUÇÃO EM 2010-11.

Motivos	Posição no mercado		
	%		
	Total	C ₄	Outras ₄
Espaço	42,11	25,00	53,33
Capital	42,11	50,00	46,67
Insetos/fungos	10,53	0,00	13,33
Outros	10,53	0,00	13,33

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

Os motivos que mais preocupam os empresários são a falta de espaço e capital com 42,11% das reclamações. Dos entrevistados 5,27% não responderam a pergunta. Das empresas classificadas como *Outras₄*, todos responderam que possuem limitações na hora de estocarem seus produtos.

5.4.1. Limites para produção

A Tabela 14 acrescenta, neste estudo sobre o setor moveleiro de Rio Branco, as dificuldades que as marcenarias locais encontravam para fabricarem os seus produtos no período 2010-11.

TABELA 14 - LIMITAÇÕES NA PRODUÇÃO DE MÓVEIS NO SETOR MOVELEIRO EM 2010-11.

Item	%
Não tem limites/restrições	26,32
Tem limites	73,68

De acordo com a Tabela, podemos observar que a maioria das empresas visitadas possuem limitações na hora da produção de seus móveis.

A Tabela 15 adiciona quais as dificuldades que as marcenarias locais encontravam para fabricarem os seus produtos no período 2010-11.

TABELA 15 – MOTIVOS QUE AS LIMITAÇÕES NA PRODUÇÃO DE MÓVEIS NO SETOR MOVELEIRO EM 2010-11.

Motivos	Posição no mercado		
	%		
	Total	C ₄	Outras ₄
Equipamento	15,78	0,00	20,00
Mão-de-obra	63,16	25,00	73,33
Madeira	10,53	25,00	6,67
Outros	10,53	50,00	0,00

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora

Dentre as restrições à produção, citadas pelos entrevistados, destacam-se a escassez de mão-de-obra especializada e o fato que as empresas pesquisadas estavam, no período em questão, utilizando equipamentos antigos. Motivos que foram também observados por Silva (2007), em seu tour pelo mercado de madeira serrada e móveis no Estado do Acre.

5.4.2. Mercado consumidor

A Tabela 16 apresenta o destino dos móveis e produtos afins, industrializados pelas marcenarias de Rio Branco, 2010-11.

TABELA 16 – DESTINAÇÃO DOS MÓVEIS PRODUZIDOS PELO SETOR EM RIO BRANCO, 2010.

MERCADO	Posição no Mercado (%)		
	C_4	<i>Outras C₄</i>	Média Geral
Local	70,00	83,87	80,95
Regional/estadual	25,00	8,73	12,16
Nacional	5,00	7,07	6,63
Internacional	0,00	0,33	0,26

Nota: Dados levantados e processados pela autora

As informações, sintetizadas na Tabela 16, evidenciam que o mercado local (aqui indicados pelos compradores estabelecidos em Rio Branco) foi o maior consumidor dos móveis de madeira fornecidos pelas marcenarias de Rio Branco. Corroborando para com essa informação Silva (2007), relata que o destino dos móveis e produtos afins, industrializados pelas marcenarias de Rio Branco, 2004 era o mercado local também, demonstrando que o mercado consumidor do setor moveleiro Acreana continua sendo o mesmo nos últimos anos.

5.5. RESÍDUOS

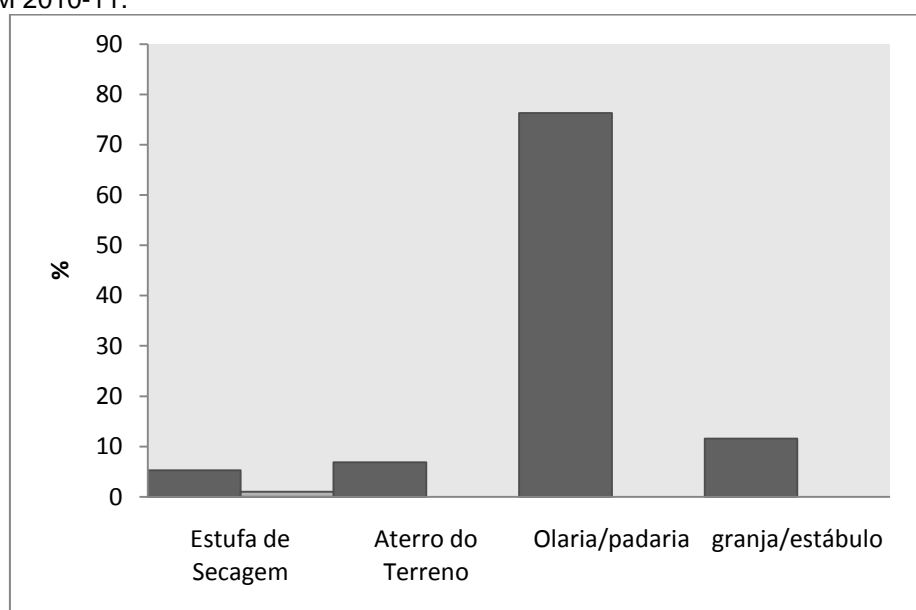
5.5.1. Destinação dos resíduos

A notória falta de eficiência da indústria moveleira, especialmente das empresas localizadas na Região Amazônica, em boa parte ocorre porque não se

sabe o que fazer com o grande volume de resíduos. Tal ineficiência diminui a competitividade da indústria tanto no mercado nacional, como internacional, os quais se mostram em constante crescimento (SUDAM, 1981; FAO, 2000; SMERALDI & VERÍSSIMO, 1999; VIANA 2000).

Na Figura 04 revela o destino dos resíduos gerados pelo setor moveleiro local, no período de 2010-11.

FIGURA 04 – DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS GERADOS PELO SETOR MOVELEIRO DE RIO BRANCO EM 2010-11.

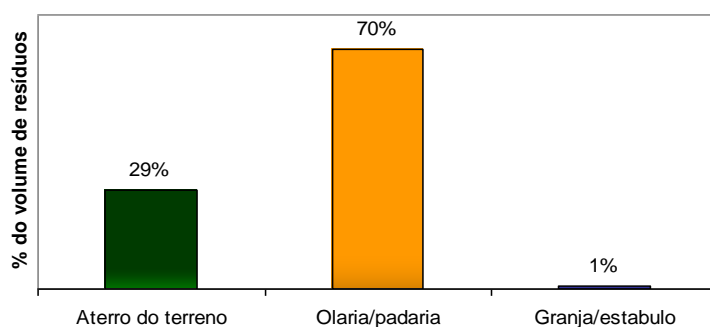


Nota: Dados levantados e processados pela autora

Após análise na Figura 4, observa-se que 76,32% dos resíduos gerados pelas marcenarias de Rio Branco são doados a olaria/padarias, seguidos de 11,58% em granja/estábulo, aterro de terrenos com 6,84% e por último a destinação para estufas de secagem com 5,26%.

A título de comparação, a Figura 5, apresenta o destino de resíduos gerados no setor de base florestal em Rio Branco, 2006.

FIGURA 05 - DESTINAÇÃO DE RESÍDUOS GERADOS NO SETOR FLORESTAL EM RIO BRANCO, 2006.



FONTE: Pontes e Santos (2006).

Corroborando com esta informação, Pontes Santos (2006) relatam que, a destinação dos resíduos gerados pelo setor em 2006, cerca de 70% é encaminhado as olarias/padarias de Rio Branco, seguido de aterro de terreno e granja/estábulo.

5.6. FATORES QUE PREOCUPAM O DESEMPENHO EMPRESARIAL

A Tabela 17 relaciona os fatores que mereciam a preocupação, do setor moveleiro de Rio Branco, como elementos que comprometem o seu sucesso empresarial do mercado de móveis em Rio Branco, 2010-11.

TABELA 17 - FATORES PREOCUPANTES PARA O SUCESSO DAS MOVELEIRAS, 2010-11.

FATORES	Posição no Mercado		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Alteração na demanda	50,00	60,00	57,89
Oferta de matéria-prima	0,00	0,0	0,00
Custo de comercialização	50,00	26,66	31,58
Dificuldade em atender o prazo de entrega	0,00	40,00	31,58
Oferecer um produto sem defeito	0,00	0,00	0,00
Outros	25,00	6,66	10,53

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Verifica-se, na Tabela 17, que a alteração na demanda e custos de comercialização eram os itens que mais preocupavam as empresas moveleiras nos anos em questão. Percebe-se que 100% das empresas não tem preocupação com a oferta de matéria-prima e ainda não possuem a preocupação em oferecer um produto com defeito.

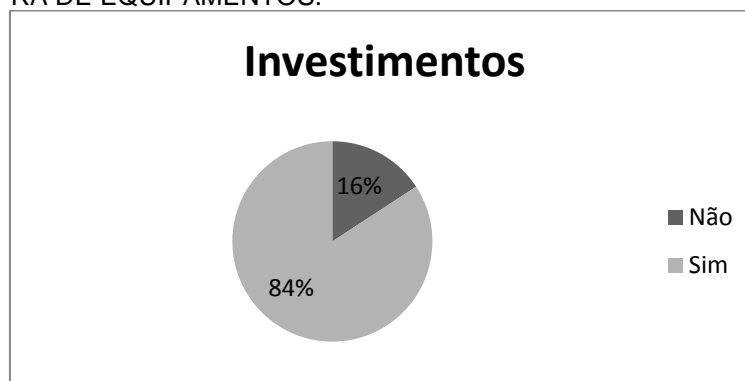
É possível observar, comparando-se com anos anteriores, e de acordo com Silva (2007), que a disponibilidade de madeira para processar era o fator que mais tomava a atenção dos empresários marceneiros acreanos, no período 2004-5, fato este que mudou no decorrer destes anos como demonstra a Tabela 17. Outros itens que mais preocupavam estes empresários eram o custo de produção e uma possível alteração negativa na demanda por seus produtos, que continuam a preocupar o setor local.

5.7. POLÍTICAS DE INVESTIMENTO

- Equipamentos e aperfeiçoamento do produto

A Figura 06 mostra como as empresas do setor moveleiro de Rio Branco comportavam-se quanto ao investimento realizados em equipamentos e aperfeiçoamento do produto.

FIGURA 6 – INVESTIMENTOS REALIZADOS PELAS EMPRESAS PARA APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL E COMPRA DE EQUIPAMENTOS.



Verifica-se, na Figura 6, que 84,21% das marcenarias de Rio Branco já investem em aperfeiçoamento de pessoal e compra de equipamentos, enquanto as empresas restantes não obtiveram gastos no período de 2010-11.

Complementando, a Tabela 18 entre os empresários que já investiram, o objetivo maior para tais investimentos são sintetizados na Tabela abaixo.

TABELA 18 – INVESTIMENTOS REALIZADOS PELAS EMPRESAS PARA APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL E COMPRA DE EQUIPAMENTOS.

INVESTIMENTO	%
Equipamento	52,63
Aperfeiçoamento do produto	47,37
Outros	57,89

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que as perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Observa-se, nesta Tabela, que um pouco mais da metade dos donos das empresas pesquisadas investiram, no passado, em melhorias nas suas empresas. Nesse ponto, se destaca investimento em equipamentos, em relação aquele voltado ao aperfeiçoamento do produto.

Complementando, a Tabela 19 sintetiza, entre os empresários levantados, que pretendem investir no futuro, o objetivo maior para tais investimentos.

A TABELA 19 - DEMONSTRAÇÃO DE COMO AS MOVELARIAS DE RIO BRANCO COMPORTAVAM-SE QUANTO AS INTENÇÕES E INVESTIMENTO EM EQUIPAMENTOS E APERFEIÇOAMENTO.

INVESTIMENTO	%
Equipamento	68,42
Aperfeiçoamento do produto	63,16
Outros	57,89

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Todavia, empresas que totalizaram 57,89% de outros investimentos futuros estavam divididas quanto a adoção de espaço, mão-de-obra, pesquisa e desenvolvimento, mercado, protótipos e tecnologia, sendo que a maioria dessas indústrias almejava maior espaço seguido de mão-de-obra qualificada.

5.8. ANÁLISE ESTRUTURAL DO MERCADO

Os resultados gerados, a partir dos dados levantados sobre a estrutura do setor de móveis acreanos, enfocando identificar e analisar quanto a sua estrutura, o mercado de móveis locais foram os seguintes:

5.8.1. Grau de Concentração

O volume de madeira consumida em 2010-11, nas marcenarias de Rio Branco, está sintetizado na Tabela 20.

TABELA 20 - CONSUMO DE MADEIRA COMPRADA NAS MOVELARIAS DE RIO BRANCO.

Nº empresas	Quantidade de madeira comprada em m³	Participação Individual (%)	Índice de Herfindahl – Hirschman (HH)
1	2504,70	43,94	1930,72
2	600,00	10,52	110,67
3	480,00	8,42	70,89
4	480,00	8,42	70,89
5	360,00	6,31	39,81
6	180,00	3,16	9,98
7	180,00	3,16	9,98
8	120,00	2,10	4,41
9	120,00	2,10	4,41
10	120,00	2,10	4,41
11	120,00	2,10	4,41
12	120,00	2,10	4,41
13	96,00	1,68	2,82
14	84,00	1,47	2,16
15	72,00	1,26	1,58
16	24,00	0,42	0,17

17	24,00	0,42	0,17
18	12,00	0,21	0,044
19	4,17	0,07	0,004
Total	5700,87	100	2.271,997

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora.

Pelos dados da Tabela 20, tem-se que as empresas C_4 consumiram, no período em análise, um volume de 4.064,70 m³ de madeira, respondendo pelo equivalente a 71,29% de todo o volume levantado. Por outro lado, as *Outras₄* processaram cerca de 28,71% de madeira para produção de móveis.

Ainda considerando os números indicados na Tabela acima, verificou-se que o índice Herfindahl-Hirschman foi de 2.271,997 para o volume de madeira consumido. Diante disto, pode-se inferir que o setor de móveis de Rio Branco é caracterizado como sendo altamente concentrado no consumo de madeira.

5.8.2. Grau de diferenciação dos produtos

A análise do grau de diferenciação dos produtos comercializados pelas lojas de móveis de Rio Branco, em 2010-11, está descrita e discutida a seguir.

As informações geradas para a análise do grau de diferenciação dos produtos comercializados pelas movelarias atuantes em Rio Branco em 2010-11 estão sintetizadas na Tabela 21.

TABELA 21 – FATORES QUE DIFERENCIAVAM AS MOVELARIAS DE RIO BRANCO ENTRE SI.

Setor moveleiro de Rio Branco			
Móveis (%)			
Item	C_4	<i>Outras₄</i>	Geral
1) Preço	25,00	40,00	36,84
2) Produto	100,00	93,33	94,74
2.1) Espécie	0,00	13,33	10,53
2.2) Qualidade	75,00	80,00	78,95
2.3) nr	25,00	0,00	10,52
3) Serviços especiais	50,00	20,00	26,32
4) Método de distribuição	25,00	0,00	5,26
5) Promoção	25,00	0,00	5,26
6) Outros	25,00	0,00	5,26

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

A Tabela 21 revela que, entre os moveleiros, o produto é o principal ponto que as empresas utilizavam para se diferenciar entre si. Esta afirmação é válida tanto para as empresas concentradoras como no grupo das empresas não concentradoras na venda de suas mercadorias. Seguido de serviços especiais prestados para aumentar o interesse do cliente na hora da compra.

Os serviços especiais ofertados pelas movelarias são descritos como pronta entrega, prêmios, garantia de qualidade do produto, produto produzido com madeira seca entre outros. Nas tabelas seguintes são detalhados os serviços oferecidos pelo setor moveleiro local.

5.8.3. Serviços especiais

A Tabela 22 caracteriza a prática de serviços especiais prestados pelo setor moveleiro de Rio Branco, 2010-11.

TABELA 22 - SERVIÇOS ESPECIAIS OFERTADOS PELO SETOR DE MÓVEIS EM RIO BRANCO, 2010-11.

ITEM	Posição no mercado (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Total
Pronta entrega	25,00	53,00	47,37
Prêmios	25,00	0,00	5,26
Garantia da qualidade	50,00	46,66	47,37
Frete	50,00	20,00	26,32
Outros	25,00	13,00	15,79

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora. POR GERAL

Nota: A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Após análise das informações mostradas na tabela 22, observa-se que a maioria dos entrevistados oferece como serviços especiais o frete grátis. Portanto, este item não diferencia uma das outras. Apenas as empresas *C₄* dispõem da política de entregas de prêmio/brindes. A maior parte das empresa, tanto como outras garantem qualidade do produto, não se diferenciando desta forma uma das outras.

5.8.4. O sucesso da empresa depende

TABELA 23 – ESTRATÉGIAS QUE OS MOVELEIROS UTILIZAM PARA ALCANÇAR O SUCESSO.

ESTRATÉGIA	POSIÇÃO NO MERCADO (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Produzir e vender abaixo do custo	25,00	13,33	15,79
Oferecer um produto com qualidade	75,00	60,00	63,16
Propaganda de promoção	25,00	33,33	31,58
Oferecer um bom atendimento	0,00	46,66	36,84
Outros	25,00	0,00	0,00

Nota: Dados de 2010-2011 levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

De acordo com a Tabela 23, tem-se que a estratégia que os empresários do setor de móveis de Rio Branco mais ofertam o produto com qualidade. Essa oferta deve-se vir seguida de um bom atendimento ao cliente, que com a busca média de 31,58% dos entrevistados em melhor atender os clientes.

5.9. CONDUTAS DO MERCADO

5.9.1. Políticas de formação de preços e práticas de propaganda

A abordagem das políticas de promoção e propagandas adotadas pelo setor moveleiro de Rio Branco gerou as informações contidas nos itens que seguem.

a) Política de formação de preço

A Tabela 24 sintetiza a política de preço, praticada pelos movelarias em Rio Branco, no ano 2010-11.

TABELA 24 – POLÍTICA DE FORMAÇÃO DE PREÇO NAS MOVELARIAS DE RIO BRANCO.

PROCEDIMENTO	POSIÇÃO NO MERCADO (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média Geral
Custo + lucro	50,00	66,66	63,16
Pesquisa+custo	50,00	26,66	31,58
Pesquisa	0,00	13,33	10,53
Outros	0,00	6,66	5,26

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Os resultados observados nesta Tabela demonstram que 63,16% das movelarias responderam que definem os preços dos produtos em função do custo de produção mais uma margem de lucro. Apenas 31,58% definem seus preços em função de pesquisa e custo de produção.

De acordo com Silva (2007), em 2004, a metade das movelarias do Estado do Acre adota para definir os preços dos produtos o custo de produção mais margem de lucro. Demonstrando que com o passar dos anos a política de formação de preço é a mesma no setor moveleiro de Rio Branco.

b) Prática de propaganda

Os dados sobre o uso de propaganda em revistas ou jornais, em rádio ou televisão, em cartazes ou placas, em listas telefônicas ou com amostras em pontos de vendas, no setor moveleiro de Rio Branco no período de 2010-11, estão sintetizados nas Tabelas abaixo.

TABELA 25 - PRÁTICA DA PROPAGANDA, PELAS MARCENARIAS EM RIO BRANCO, 2010-11.

PROPAGANDA	Posição no Mercado (%)		
	C_4	$Outras_4$	Média geral
Revista/jornal	50,00	53,33	52,63
Rádio/TV	50,00	46,66	47,37
Cartazes/placas	75,00	33,33	42,11
Lista telefônica	75,00	46,66	52,63
Amostra/ponto de venda	75,00	26,66	36,84
Site	50,00	33,33	36,84
Visitas	100,00	53,33	63,16
Outros	25,00	13,33	15,79

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

A soma dos valores apresentados nesta Tabela ultrapassam a 100%, devido o fato de que a perguntas feitas aos entrevistados permitiam mais de uma opção em suas respostas.

Os resultados observados nesta Tabela demonstram que as empresas C_4 , 100% praticam a visita aos seus clientes. De acordo com os empresários do setor, este tipo de relacionamento acaba estreitando os laços de confiança com os

clientes. Já as empresa classificadas como outras *Outras₄*, 53,33% possuem a mesma visão.

5.9.2. Diferenciação em relação seus concorrentes

A Tabela 26 caracteriza aspectos ligados com a diferenciação dos produtos no setor moveleiro de Rio Branco.

TABELA 26 - DIFERENCIAÇÃO DOS PRODUTOS EM RELAÇÃO AOS CONCORRENTES NO SETOR MOVELEIRO REGIONAL EM RIO BRANCO, 2010-11.

Quesito	Nível no mercado (%)		
	<i>C₄</i>	<i>Outras₄</i>	Média geral
Preço	25,00	40,00	36,84
Produto	100,00	93,33	94,74
Espécie	0,00	13,33	10,53
Qualidade	75,00	80,00	78,95
Nr ¹	25,00	13,00	15,79
Serviços especiais	50,00	20,00	26,32
Método de distribuição	25,00	0,00	5,26
Promoções	25,00	0,00	5,26
Outros	25,00	0,00	5,26

Nota: Dados levantados e processados pela autora.

(1) Os empresários não responderam esse quesito.

É possível notar que, das empresas visitadas, 100% das empresas *C₄* procuram diferenciar seus produtos, sendo que 75% em qualidade. As empresas *Outras₄*, com 93,33% afirmaram diferenciar seus produtos e em qualidade também. Nota-se que a maior parte das empresas analisadas busca a diferenciação dos concorrentes na diversificação do produto, seguido de serviços especiais prestados aos clientes e o uso de promoções para chamar a atenção dos compradores.

6. CONCLUSÕES

Os resultados gerados neste estudo permitem inferir as seguintes conclusões:

- Em relação a origem da matéria-prima utilizada pelo setor moveleiro, mais de 84% da madeira adquirida em 2010-11 provém da compra direta em serrarias.
- As empresas não tinham dificuldades na obtenção dessa matéria-prima;
- As espécies mais utilizadas no setor é o Cumaru-cetim (*Apuleia molaris*), seguida da Cerejeira (*Torresea acreana*), e Cumaru-ferro (*Dipteryx odorata*);
- Nas empresas visitadas contabilizou-se 256 funcionários distribuídos nas áreas da administração, venda, produção e entrega;
- A maioria dos funcionários trabalha na área da produção. A maioria do funcionário participam de treinamentos de aperfeiçoamento;
- A maioria das empresas realiza a venda de suas produções na marcenaria, onde aceitam pedidos direto;
- A maioria do maquinário utilizado na produção dos móveis foi adquirida no ano de instalação das empresas;
- As empresas fazem diferenciação na fabricação de móveis. Um pouco mais da metade das empresas fabricam mesas, cadeiras, guarda-roupa, camas, portas, janelas, racks e mobiliário escolar;
- 47% das empresas entrevistadas trabalham com a industrialização de outros produtos em madeira, tais como painéis, esquadrias, estofaria e armários;
- O móvel mais fabricado pelo setor moveleiro são cadeiras escolares, com a produção média de 21.400 unidades por ano.
- O preço médio cobrado pela venda dos móveis fica entre R\$ 118,63 e 2.800;
- A maioria das empresas possui limitações na estocagem de seus produtos;
- As restrições à produção de móveis, destacam-se a escassez de mão-de-obra especializada e equipamentos antigos;
- Aproximadamente 84,21% das marcenarias de Rio Branco já investem em inovações, se destacando investimento em equipamentos;
- Mais de 81% das empresas analisadas pretendem investir em equipamentos e maquinários futuramente;

- O maior consumidor de móveis de madeira fornecidos pelas marcenarias de Rio Branco é o mercado local;
- A alteração na demanda e custos de comercialização são os itens que mais preocupavam as empresas moveleiras nos anos em questão;
- De acordo com o índice de Herfindahl-Hirschman o setor foi classificado como altamente concentrado no consumo de madeira;
- O produto é o principal ponto que as empresas utilizavam para se diferenciar entre si, seguido de serviços especiais prestados para aumentar o interesse do cliente na hora da compra.
- A estratégia mais adota para aumentar e fixar a clientela é vender um produto com qualidade, seguida de um bom atendimento ao cliente;
- A maioria das movelarias definem os preços dos produtos em função do custo de produção mais uma margem de lucro;
- Como prática de propaganda todas as empresas praticam a visita aos seus clientes;

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAF, Associação Brasileira de Produtores de Florestas Plantadas. **Anuário estatístico da ABRAF 2010: ano base 2009**. Brasília, 2010. 140f.

ABIMCI - Associação Brasileira da Indústria de Madeira Processada Mecanicamente; **Estudo Setorial – Produtos de Madeira Sólida, 2003**. Disponível em <http://www.abimci.com.br/importancia_setor.html>. Acesso em: 27 set. 2011.

ABIMCI - Associação Brasileira da Indústria de Madeira Processada Mecanicamente (**Estudo Setorial – Indústria de Madeira Processada Mecanicamente, 2008**. Curitiba: 2009. Disponível em: <www.abimci.com.br/.../ABIMCI_Estudo_Setorial_2008.pdf>. Acesso em: 01 agosto de 2011.

ACRE, Governo do Estado do Acre. **Programa Estadual de Zoneamento Ecológico do Estado do Acre. Zoneamento Ecológico – Econômico: Recursos Naturais e Meio Ambiente – Documento Final**. Rio Branco: SECTMA, 2000. Volume I, II e III.

ACRE. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais. **Inventário de Resíduos Sólidos Industriais do Estado do Acre**. Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Recursos Naturais. - Rio Branco: MMA/FNMA/SEMA, 2004. 124P.

ACRE, Governo do Estado do Acre. Programa Estadual de Zoneamento Ecológico-Econômico do Estado do Acre Fase II . Rio Branco: SECTMA, 2006. 356 p.

ACRE, Governo do Estado do Acre. **Acre em números**. Rio Branco: SEPLAN, 2009.

ACRE, Governo do Estado do Acre. **Acre em números**. Rio Branco: SEPLAN, 2011.

ALMEIDA, J. A. B. DE **Setor madeireiro de Rio Branco: uma caracterização técnica-econômica, 2010-11**. Monografia apresentada ao curso de Graduação em Engenharia Florestal, como parte das exigências para a obtenção do título de Engenheira Florestal. Rio Branco – Acre, 2011. 58p.

ARAUJO, H. J. B. **Diagnóstico das indústrias de serrarias do Estado do Acre**. Rio Branco: Funtac, 1990. p. 157.

BARBOSA, A. P.; VIANEZ, B. F.; VAREJÃO, M. de J.; ABREU, R. S. de. **Consideração sobre o perfil tecnológico do setor madeireiro na Amazônia Central**. Manaus: [s.n.], 2001.

BIASI, C. P.; ROCHA, M. P. **Revista floresta**, Curitiba-PR, Vol. 37, nº 1, 2007.

BRAGA, H.; MASCOLO, J. Mensuração da concentração industrial no Brasil. In: _____ **Pesquisa e planejamento econômico**. N. 12 (2), Rio de Janeiro. 1982. p. 399- 454.

BRAGA, H.C. 1980. **Estrutura de mercado e desempenho da indústria brasileira: 1973/75**. Editora da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. 169 pp. (Série Teses: Nº6).

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento/Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. **Cadeia Produtiva de Madeira**. Brasília, 2007. 84 p. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=XuwQJAKfIF0Cepg=PA57elpg=PA57edq=Madeira+Serrada+no+Mercado+Nacional>>. Acesso em: 11 de outubro de 2011.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). **Programa de disseminação de estatísticas do trabalho (PDET): Bases estatísticas RAIS/CAGED**. Brasília, 2010. Disponível em <<http://sgt.caged.gov.br/>>. Acesso em 18 de janeiro de 2011.

BRITO, V. **Congresso moveleiro. Empresários de móveis precisam unir forças para enfrentar crise**. 2006. Disponível em:<<http://asn.interjornal.com.br/site/noticia>>. Acesso em: 30 Jun. 2006.

BRILHANTE, S. H. C. **Recurso madeireiro do Estado do Acre**: Quanto e como é explorado. 2000. 56f. Dissertação (Mestrado em Ecologia e Manejo de Recursos Naturais) – Programa de Pós-Graduação em Ecologia e Manejo de Recursos Naturais, Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC, 2000.

CABRAL, L. **Economia Industrial**. E. McGraw-Hill de Portugal, 1998.

CARLTON, D.W.; PERLOFF, J.M. **Modern industrial organization**. 2. ed. New York: HarperCollins College Publishers, 1994. 973 p.

CASSILHA, A. C. *et al.* Indústria moveleira e resíduos sólidos: considerações para o equilíbrio ambiental . **Revista educação & tecnologia**. Curitiba, v. 8, n. 1, p. 209-228, 2004.

CASTRO, M. F. de. **Caracterização técnica da matéria-prima florestal para o setor madeireiro do Baixo Acre**. 2005. 60f. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal) – Centro de Ciências Biológicas e da Natureza, Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC, 2005.

CRAMER, G.L. y JENSEN, C.W. 1991. **Agricultural economics and agribusiness**. John Wiley and Sons, Singapore. 530 pp.

DELEPINASSE, B. M. **Diagnóstico da comercialização de produtos florestais**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2000. 205 p.

FERNANDES SOBRINHO, F. **Avaliação da cadeia produtiva do setor madeireiro no município de Rio Branco, Acre, 2006-7**. 2008. 70f. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal) – Centro de Ciências Biológicas e da Natureza, Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC, 2008.

FERREIRA, L. M. 2004. **Arranjo Produtivo e Inovativo Local**: o caso da indústria moveleira de Rio Branco – AC. UFAC, Rio Branco. 131 pp.

FILHO, A. R. **Estrutura e conduta do setor madeireiro do Estado do Acre, 2008.** Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional). Universidade Federal do Acre. P.88, 2009.

FILGUEIRAS, G.C; SANTANA,A.C; HOMMA, A.K.O.; HERRERAS, M.M.A.G.; BARROS, P.L.C.; MENDES, F.A.T. Arranjos produtivos locais no Estado do Pará: localização espacial das atividades florestal e de madeira e mobiliário. **Revista de Economia e agronegócio**, Viçosa, V6, n.1,p.81-103, 2008

FORTES, L. P. K. **Mercado varejista de móveis de madeira tropical em Rio Branco, Acre, 2005-6.** 2007. 64f. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal) – Centro de Ciências Biológicas e da Natureza, Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC, 2007.

GIL, A.C.**Técnicas de pesquisa em economia.**2.ed. São Paulo: Atlas, 1995. 195 p

GONÇALVES, B. S. **O Compromisso das empresas com o meio ambiente –** Agenda ambiental das empresas e a sustentabilidade da economia florestal. São Paulo: Instituto Ethos, 2005. 48 p.

IBGE. **Uso da Terra e a Gestão do território no Estado do Acre.** Relatório Técnico. 2009. Disponível em: <ftp://geoftp.ibge.gov.br/.../usodaterra/uso_terra_e_a_gestao_AC.pdf>. Acesso em: 26 de abr. 2011.

IBAMA, **Instrução normativa n. 5, de 30 de maio de 2006.** Dispõe sobre o manejo florestal sustentável de uso múltiplo na Amazônia Legal. Dispõem em: <http://www.ibama.gov.br>. Acesso em: 12 nov.2006.

JUVENAL, T.L.; MATTOS, R.L.G. **O Setor Florestal no Brasil e a Importância do Reflorestamento.** BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 16, p. 3-30, set. 2002

KLEMPERER, W.D. **Forest resource economics and finance.** New York: McGraw-Hill, 1996. 551 p

KON, A. **Economia industrial.** São Paulo: Nobel, 1994. 212 p.

KOTLER, P. **Administração de marketing:** análise, planejamento, implementação e controle. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1994. 878 p.

KUBECZKO, K.; RAMETSTEINER, E. **Innovation and entrepreneurship:** A new topic for forest related research? Vienna: Institute for Forest Sector Policy and Economics University of Agricultural Sciences Vienna. Vienna, 2002. p. 29. (Nr.: P/2002-1).

LABINI, P.S. **Oligopólio e progresso técnico.** São Paulo: Abril Cultural, 1984. 199 p. (Os Economistas).

MMA. Ministério do Meio Ambiente. **Programa Nacional de Florestas**. Brasília, DF:_____, 2005. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/sbf/pnf/>>. Acesso em: 20 nov. 2010.

MARQUES, P.V.; AGUIAR, D.R.D. **Comercialização de produtos agrícolas**. São Paulo: Edusp, 1993. 299 p.

MENDES, J.T.G. **Economia agrícola**: princípios básicos e aplicações. Curitiba: Scientia et Labor: Editora da UFPR, 1989. 399 p.

MENDES, I. M. S. **Aplicação do método de amostragem Strand para estimativa da densidade na regeneração natural de espécies arbóreas e arbustivas tropicais na Amazônia Ocidental**. 1998. 101 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Florestais) - Setor de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, PR, 1998.

MENDES, J.T.G. 1994. **Comercialização agrícola**. UFPR, Curitiba. 98 pp.

NAUTIYAL, J.C.; SINGH, B.K.; MENEZES, O. Market structure and economic performance of forest products industry in Ontario and Canada. **Canadian Journal of Forest Research**. [S.l.], v. 15, n. 1, p. 115-125, 1985.

NOCE, R. et al. Desempenho do Brasil nas Exportações de Madeira Serrada. **Revista Árvore**. Viçosa-MG, v.27, n.5, 2003.

PIZA, C.T. y WELSH, R.W. 1968. **Introdução à análise da comercialização**. USP/ESALQ, Piracicaba. 26 pp.

POLZL, B. W; SANTOS, A. J; POLZL, P. K. Cadeia produtiva do processamento mecânico da madeira - segmento da madeira serrada no Estado do Paraná. **Revista Floresta**, Curitiba, v. 2., n. 33, p. 127-134, 2003.

PONTES, S.M.A.; SANTOS, R.C.; Resíduos das indústrias madeireiras: um estudo de caso nas serrarias de Rio Branco – Acre. **Revista Biomassa e Energia**. Rede Nacional de Biomassa para energia – Vol.3, nº 1, Viçosa/MG, 2006. p.72.

ROTTA, G. W.; MICOL, L.; SANTOS, N. B. **Manejo florestal sustentável no portal da Amazônia**: um benefício econômico, social e ambiental. Alta Floresta: ICV, 2006.

SANTOS, M. A. S. y SANTANA, A. C. 2002. **Estrutura de mercado e desempenho de exportados das empresas de artefatos de madeira do Estado do Pará**. Disponível em: <<http://www.bancoamazonia.com.br/download/biblioteca/EstruturadeMercado.pdf>> Acesso em: 30 Out. 2011.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. 2006. **Empresários de móveis precisam unir forças para enfrentar crise**. Disponível em: <<http://asn.interjornal.com.br/site/noticia.kmf?noticia>>. Acesso em: 27 Jun. 2011.

SERVIÇO FLORESTAL BRASILEIRO - SFB. **Florestas do Brasil em resumo:** dados de 2005-2010. Brasília: SFB, 2010.

SILVA, J.C.G.L. da, GRAÇA, L.R. y NOJIMOTO, T. 1992. Estrutura de mercado do setor de papel e celulose no Brasil. Pp. 485-499 em *Encontro brasileiro de economia e planejamento florestal*, 2. (1991: Curitiba), **Anais...**EMBRAPA-CNPQ, Curitiba.

SILVA, R. F. **Diagnóstico das espécies mais utilizadas e alternativas para utilização nas serrarias localizadas na regional do baixo Acre.** Rio Branco, 2002. 108p. Dissertação (Mestrado em Ecologia e manejo de Recursos Naturais) – Universidade Federal do Acre.

SILVA, Z.A.G.P. da G. e. 2003. **Análise econômica da concentração no uso de madeira tropical pelo setor de marcenarias de Rio Branco, Estado do Acre, 1996.** *Scientia Forestalis*. 64: 48-58.

SILVA, Z.A.G.P. da G. e. 2000. **Mercado madeireiro na Amazônia Ocidental:** Estudo de caso no Acre. 196 f. Tese (Doutorado em Ciências Florestais). Universidade Federal do Paraná.

SILVA, Z.A.G.P.G. **Análise econômica da concentração no uso de madeira tropical pelo setor de marcenaria em Rio Branco, Estado do Acre, 1996.** *Revista Scientia Forestalis*, n.64, p. 48-58, dez. 2003.

SILVA, Z.A.G.P. da G. e. 2004. **Market for timber products in the State of Acre.** Pp. 145-188 em FUNTAC – FUNDAÇÃO DE TECNOLOGIA DO ESTADO DO ACRE. *Sustainable forest management in the Brazilian Amazon: Antimary State Forest – Acre-Brazil, Project PD 94/90 – ITTO*. FUNTAC, Rio Branco.

SILVA, Z.A.G.P.G. Estrutura do setor madeireiro no Estado do Acre, 1996-2002. Rio Branco – Acre. **Cerne**, Lavras, v. 11, n. 4, p. 389-398, out./dez. 2005.

SILVA, Z.A.G.P. da G. e. **Mercado de madeira serrada e móveis no Estado do Acre.** Rio Branco: FUNTAC, 2007. 66 p.

SILVA, J.C.G.L. da, GRAÇA, L.R. y NOJIMOTO, T. 1992. **Estrutura de mercado do setor de papel e celulose no Brasil.** Pp. 485-499 em *Encontro brasileiro de economia e planejamento florestal*, 2. (1991: Curitiba), **Anais...**EMBRAPA-CNPQ, Curitiba.

SILLS, E.O. y ABT, K.L. 2003. **Introduction.** Pp. 1-7 en SILLS, E. O.; ABT, K.L. (ed.). *Forests in a market economy*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. (Forestry Sciences, v. 72).

SOCIEDADE BRASILEIRA DE SILVICULTURA - SBS. **Fatos e Números do Brasil Florestal.** São Paulo: SBS, 2006.

SOUSA, E. P.; SOARES, N. S.; SILVA, M. L.; VALVERDE, S. R. Desempenho do setor florestal para a economia brasileira: Uma abordagem da matriz insumo-produto. **Revista Árvore**, v. 34, n. 6, p. 1129-1138, 2010.

SOUSA, Í. Z. G. de. **Mercado varejista de madeira serrada de Rio Branco, Estado do Acre, 2005-6.** 2007. 65f. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal) – Centro de Ciências Biológicas e da Natureza, Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC, 2007.

STEELE, H.L.; VERA FILHO, F.M.; WELSH, R.S. **Comercialização agrícola.** São Paulo: Atlas, 1971. 443 p. (Programa de Publicações Didáticas - Agência Norte-Americana para o Desenvolvimento Internacional -USAID).

STEAD, R.; CURWEN, P.; LAWLER, K. **Industrial economics:** theory, applications and policy. London: McGraw-Hill Book Company Europe, 1996. 222 p.

SPROULL, N. L. **Handbook of research methods:** a guide for practitioners in the social sciences. New Jersey: The Scarecrow Press, 1988. 404 p.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE SILVICULTURA – SBS: **Fatos e números do Brasil florestal,** 2008. Disponível em: <http://www.sbs.org.br/FatoseNumerosdoBrasilFlorestal.pdf>> Acesso em: 25 de mai. 2011.

TONELLO, K. C.; COTTA, M. K.; ALVES, R. R.; Ribeiro, C. A.; POLLI, H. Q. **O destaque econômico do setor florestal brasileiro.** [s/d].

VIANA, V. M. **As florestas brasileiras e os desafios do desenvolvimento sustentável: manejo, certificação e políticas públicas apropriadas.** Piracicaba: ESALQ/USP. Tese de Livre-Docência. 2002. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/questoes_ambientais/biomas/bioma_amazonia/meacas_amazonia/>. Acesso em 20 jan. 2011.

ZOBER, M. **Administração mercadológica.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1971. 488 p.

APÊNDICE 1 - Formulário a ser aplicado nas movelarias de Rio Branco, 2010-11

“Estas informações são confidenciais e servirão única e exclusivamente para o levantamento do setor moveleiro do Estado do Acre”.

1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA:

Razão Social da Unidade Industrial

Nome Fantasia

Proprietário

Ano de Instalação: _____

PERÍODO DE REFERÊNCIA

01/2010 à 01/2011

Formulário Nº _____

1.1 ATIVIDADE

() Marcenaria () Loja de Móveis () Modulados () Estofaria () Outros, Qual? _____

2 CARACTERIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

2.1 – Administração _____

2.2 – Venda _____

2.3 – Número de funcionários nas áreas da indústria _____

2.4 – Entregas/Transporte _____

2.5 – Total de Funcionários _____

3 CARACTERIZAÇÃO TREINAMENTO

3.1 – Administração _____

3.2 – Venda _____

3.3 – Número de funcionários nas áreas da indústria _____

3.4 – Entregas/Transporte _____

3.5 – Total de Funcionários _____

4 CARACTERIZAÇÃO DA MATÉRIA-PRIMA

4.1 COMPRA DA MATÉRIA-PRIMA:

ORIGEM	2010 (%)
Floresta Própria	
Arvore em pé	
Tora no mato	
Posto Movelaria	
Coloneiro	
Freteiro	
Serraria	
Tora	

Serrada	
Depósito	
Terciário RB	
Terciário Acre	
Terciário Fora do Acre	

4.2 Dificuldade na obtenção da madeira? Sim () Não ()

Se sim, Quais? _____

4.3 Quantidade de madeira comprada em m³/mês? _____

4.4. Consumo de madeira em pranchas:

ANO	VOLUME TOTAL m³
2010	
2011	

4.5 QUAL PROCESSO DE SECAGEM?

Natural _____ %

Artificial _____ %

Nenhum _____ %.

4.6 PRINCIPAIS ESPÉCIES UTILIZADAS

Principais Utilizadas	Espécies	Porcentagem %	Preço m³

Outras: _____

5. EQUIPAMENTOS E MAQUINÁRIO

5.1 Em que ano adquiriu o maquinário? _____

5.2 Adquiriu o maquinário usado ou novo? _____

5.3 A quantos anos esta com o mesmo maquinário? _____

5.4 Numero de maquinas funcionando na empresa? _____

6. INSTALAÇÕES ELÉTRICAS

6.1 A rede elétrica é a original desde que a marcenaria foi montada?

7. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

7.1 Que tipo de móveis é mais fabricado?

() Mesas () Cadeiras () Guarda-roupas () Camas () Portas () Janelas
() Racks () Cadeiras escolares () Pequenos objetos de madeira () Outros,
Quais: _____

7.2 Da sua produção, qual a quantidade de móveis citados anteriormente (2010):

	Quantidade	Valor da Unidade de cada móvel
Mesas		
Cadeiras		
Guarda – roupas		
Camas		
Portas		
Janelas		
Racks		
Cadeiras escolares		
Outros		

7.3 Processo de industrialização:

7.3.1.Existem limitações na produção? Não () Sim () Quais: () Equipamento
() Mão de obra () Tora sem qualidade
() Outros: _____

7.3.2. Existem limitações para estocagem de produto final? Não () Sim ()
Causa: () Espaço () Capital () Degradação por insetos/fungos
() Outros: _____

8. COMERCIALIZAÇÃO

8.1 Da sua produção vende direto na marcenaria ____%, vende no showroom próprio ____% e ____% para terceiros

8.2 Mercado consumidor

Região	Participação (%)
Local/Rio Branco	
Regional/Estado do Acre	
Nacional	
Internacional	

8.3 Vende para:

() Loja () Varejo () Outros

Qual? _____

8.4 Serviços especiais:

() Pronta Entrega () Prêmios () Garantia de qualidade () Frete () Outros

Qual? _____

8.5 Formação de preço: () Custo + Lucro () Pesquisa + Custo () Pesquisa () Outros; Qual? _____

Estratégia	1 Não	2 Raro	3 Quase sempre	4 Sempre	Resultado
Propaganda: Revista/jornais					
Rádio/Televisão					
Cartazes/placas					
Lista Telefônica					
Amostra/Pontos de venda					
Site					
Outros:					
Venda Pessoal: Visitas					
Prom. de venda: Brindes/concurso					
Feiras/exposição					
Desconto/financiamento					
Demonstração					

9. RESÍDUOS

9.1 Qual a destinação dos resíduos gerados?

ESPECIFICAÇÕES		(%)
Queima a céu aberto		
Compostagem		
Forno incinerador		
Caldeira a vapor		
Estufa de secagem		
Outros	Aterro do terreno	
	Olaria / padaria	
	Granja / estábulo	

9.2 Quantos m³ são gerados por mês de resíduos?

10. GERAIS

10.1 Com o que está preocupado?

() Demanda () Madeira () Custo () Entrega () Defeito () Capital () Carga tributária () Outros

Qual? _____

10.2. A sua empresa procura diferenciar dos seus concorrentes em:

() Preço () Produto () Espécie () Qualidade
() Serviços especiais () Método de distribuição () Promoção () Outros

Qual? _____

10.3 Diferenciação do produto:

() Preço () espécie () qualidade () Design/produto () Promoção
() Não faz nenhum tipo de diferenciação () outros

Qual? _____

10.4 Na sua opinião, quais itens estão dando maior preocupação para o sucesso do seu trabalho :

() Alteração na demanda; () Oferta de matéria-prima; () Custo;
() Dificuldade em atender aos pedidos no tempo, local e forma desejada;
() Defeito no produto

10.5 Você acredita que o sucesso da empresa depende de:

() Produzir a baixo custo pois os clientes querem produtos barato e fácil de ser encontrado;
() Produzir um produto de qualidade pois os clientes querem um produto de qualidade;
() Montar um forte programa de venda e promoção pois os clientes não compram se não tiver um esforço de venda e promoção;
() Atender o melhor possível o cliente, conhecendo seus desejos e satisfazendo-os melhor do que os concorrentes.

10.6 O sucesso da empresa pode está ligada caso os seus concorrentes:

() Aumentem o preço () Baixarem o preço () Fazer promoções () Não tiverem promoções

11 INTENÇÕES DE INVESTIMENTO

11.1 A sua firma investiu nestes últimos anos? Não () Sim () , se sim em que foi feito o investimento:

() Equipamentos de processamento () Treinamento pessoal () Outros

11.2 Pretendem investir em que no futuro? Não () Sim () em:

() Equipamentos de processamento () Treinamento pessoal

() Outros _____

11.3 Como pretende investir:

() Não pretende investir () Banco () Recursos próprios

() Outros _____

11.4 Intenção desses investimentos

() Melhorar a qualidade () Otimizar () Aumento da Produção () Novos produtos () Novos mercados () recuperar equipamentos

() Outros _____

12. RESPONSÁVEL PELAS INFORMAÇÕES

Nome: _____

Cargo: _____

Assinatura do entrevistado

Em: ____/____/____.